
ANA PANO ALAMÁN

ACTITUDES LINGÜÍSTICAS SOBRE EL ESPAÑOL EN ESTADOS UNIDOS EN COMENTARIOS A VÍDEOS DE YOUTUBE

Università di Bologna

ana.pano@unibo.it

Resumen

El objetivo de este trabajo de carácter exploratorio, basado en los planteamientos de la sociolingüística cognitiva, es investigar las actitudes lingüísticas hacia el español en los Estados Unidos a través del análisis cualitativo de un corpus de comentarios publicados por ciudadanos que se autoidentifican como latinos en los canales de Univisión y Telemundo en YouTube. Mediante el estudio de los comentarios a distintos vídeos, tratamos de identificar las principales actitudes lingüísticas y creencias que se manifiestan en este contexto hacia el español en EE UU y en relación con la identidad latina.

palabras clave: actitudes lingüísticas, español de y en Estados Unidos, YouTube, identidad social

Abstract

Linguistic attitudes toward Spanish in the United States on YouTube comments

The objective of this exploratory study, based on a cognitive sociolinguistics approach, is to explore the linguistic attitudes toward Spanish in the United States, through a qualitative analysis of a corpus of comments posted by users who identify themselves as Latinos on the YouTube broadcast channels of Univisión and Telemundo. By studying different video comments, we try to identify their attitudes and beliefs toward Spanish in the US, and in relation to the latino social identity.

keywords: linguistic attitudes, Spanish in the US, YouTube, social identity

I. Introducción

Hoy en día, los medios sociales como YouTube integran dispositivos tecnológicos que fomentan la participación y el debate de los internautas en torno a un gran número de vídeos publicados en línea. Esto genera una enorme cantidad de comentarios que resultan muy valiosos para el estudio de la lengua, aunque con ciertos límites metodológicos (Androutsopoulos 2008). Estos discursos ofrecen también información muy útil sobre las actitudes que pueden tener los usuarios hacia las lenguas y las variedades lingüísticas. No en vano, para Ivković y Lotherington (2009), los comentarios en YouTube constituyen una instancia virtual del paisaje lingüístico en que es posible investigar distintos aspectos sobre las actitudes y valoraciones de los hablantes hacia su idioma o hacia otros, actitudes que se expresan de forma espontánea en la interacción en línea. Asimismo, de acuerdo con Garcés-Conejos Blitvich y Bou-Franch, este es “un espacio idóneo para el estudio de la identidad social, ya sean identidades híbridas que reflejan la tensión entre el país de origen y el de acogida, ya sean identidades dobles que se negocian y (re)crean en el discurso” (2014: 439).

El objetivo de este trabajo es explorar las actitudes lingüísticas hacia el español en los Estados Unidos a través del análisis lingüístico de un corpus de comentarios en YouTube, en concreto, en los canales de Univisión y Telemundo, publicados por ciudadanos que se autoidentifican explícita o implícitamente como hispanos o latinos, en respuesta a vídeos (noticias, entrevistas, programas de entretenimiento) centrados en el uso del español en este país. El estudio busca dar respuesta a las preguntas: 1) ¿Qué creencias y actitudes se manifiestan en los comentarios sobre distintos aspectos del español (corrección, pronunciación, variedad lingüística) de los que se habla en los vídeos? y 2) ¿Qué relaciones se dan entre las actitudes expresadas y la percepción del colectivo latino? Para el análisis se consideran, por un lado, los planteamientos de Criado (2004) sobre las valoraciones de lo hispano y de la lengua española en Estados Unidos y por otro, los estudios llevados a cabo por Garcés-Conejos Blitvich et. al (2013) y Garcés-Conejos Blitvich y Bou-Franch (2014), sobre la configuración discursiva de la identidad latina en ese país. También se tienen en cuenta las percepciones subjetivas de los hablantes, ya que estas engloban las actitudes, valoraciones y creencias sobre la lengua (Caravedo 2014: 12).

2. Actitudes lingüísticas, identidad lingüística e identidad social

La “actitud” se define como la tendencia psicológica que se expresa mediante la evaluación, con algún grado de aprobación o desaprobación (Albarracín et al. 2005: 4), de una entidad particular que, en el caso de las actitudes lingüísticas, es un rasgo lingüístico o una variedad lingüística. Señala Moreno Fernández (2005 [1998]) que este tipo de actitudes influyen en los procesos de variación y cambio lingüístico, por lo que una actitud positiva hacia un determinado rasgo puede hacer, por ejemplo, que una lengua varíe más rápidamente. En cambio, una actitud negativa o desfavorable puede comportar un obstáculo para la difusión de una variante lingüística. En contextos plurilingües y en contextos migratorios en los que entran en contacto distintas variedades de una misma lengua y distintas lenguas, también pueden darse actitudes favorables o desfavorables hacia esas entidades, llevando al mantenimiento o abandono de ciertas prácticas lingüísticas. La actitud lingüística es por tanto una actitud social de los individuos que se refiere a la lengua y al uso que de ella se hace en la sociedad. Esta se apoya en la conciencia sociolingüística del hablante y contiene varios componentes: una valoración o componente afectivo; un saber o creencia, esto es, un componente cognoscitivo; y una conducta o componente conativo (Moreno Fernández 2005 [1998]: 179, 181). El primero hace referencia a las orientaciones afectivas hacia el objeto de la actitud y determina si al hablante le gusta o no su forma de habla o la de un grupo específico de hablantes. El segundo se refiere a las creencias individuales y a los conceptos en que se apoyan dichas creencias, además de reflejar las opiniones que se tienen frente a las formas de habla y los hablantes. El último atañe a la expresión observable de las actitudes, es decir, a la manifestación externa que permite identificarlas.

Por otra parte, López Morales (2004 [1989]) establece una separación entre lo que se cree y la actitud que se muestra hacia lo que se cree. En base a esta propuesta, las creencias pueden ser *cognitivas* y *afectivas*, mientras que las actitudes pueden ser *positivas* o *negativas*. Estas últimas pueden inferirse a través de conceptos como: a) el prejuicio lingüístico, derivado de las impresiones que percibe un hablante sobre, por ejemplo, otra variedad lingüística u otra lengua, basándose en opiniones y sentimientos negativos hacia el grupo asociado a ellas; b) el prestigio lingüístico, que es un “proceso de concesión de estima y respeto hacia individuos o grupos que reúnen ciertas características [un estatus social alto] y que lleva a la imitación de las conductas y creencias de esos individuos o grupos” (Moreno Fernández 2005 [1998]: 187); c) la seguridad o inseguridad lingüísticas, derivadas de la conciencia lingüística del hablante, en concreto, de su capacidad de

discriminar entre lo “correcto” y lo “incorrecto” en términos lingüísticos (López Morales 2004 [1989]: 174-179); y d) la lealtad y deslealtad lingüísticas, siendo la primera el principio en nombre del cual los individuos resisten de manera consciente a los cambios en las funciones de su lengua o en su estructura o vocabulario (Weinreich [1953] 1974: 210); y la segunda, la actitud de personas que vencen ese rechazo inicial al cambio y que, en contextos de bilingüismo, optan por una lengua de mayor prestigio o que puede aportarles mayores ventajas.

Ambos conceptos están motivados por el de *identidad social*—diferente respecto al de *identidad lingüística*—, concepto que cobra importancia en los contextos de contacto, como el que nos ocupa. De acuerdo con Sancho Pascual (2013), la teoría de la identidad social proporciona un marco adecuado para el estudio de las actitudes lingüísticas, puesto que permite “explicar la homogeneidad de las percepciones y conductas del grupo social” (2013: 48). El grupo comparte una serie de normas y valores similares, así como la interpretación y percepción tanto del propio grupo como de los demás grupos con los que se relaciona, de ahí que la identidad social adquiera significado cuando se compara con las identidades sociales de otros grupos. Como resultado de dicha comparación, la identidad puede ser positiva o negativa. En este proceso, parámetros como el estatus, el poder y la solidaridad asociados al endogrupo y al exogrupo (Van Dijk 1997) influyen en las valoraciones que se hagan de los grupos sociales, en el grado de identificación con ellos, así como en los deseos de movilidad de un grupo a otro. Estos son elementos que, en contextos migratorios y en situaciones de contacto entre lenguas, repercuten en el proceso de integración social y en las actitudes lingüísticas de los individuos y de los grupos sociales.

2.1 *Español en Estados Unidos e identidad latina*

En los últimos años, diversos estudios (Roca 2000; Criado 2004, 2007; Said-Mohand 2010; Dumitrescu, Piña-Rosales 2013; Escobar, Potowski 2015) han destacado que el impulso de la lengua española en EE UU, debido al creciente volumen de la población de origen hispano y a su gradual relevancia económica y política, contrasta con la aculturación lingüística que se observa en muchos hablantes, sobre todo, en los jóvenes. No obstante, en relación con las actitudes lingüísticas de los hispanos en EE UU, Mejías et al. (2003) señalan que el mantenimiento de esta lengua en el suroeste, por parte de la población joven, está asegurado por razones comunicativas más que sentimentales o instrumentales, aunque esta situación varía en función del área investigada, pues como señala

Moreno Fernández (2013: 4-5), el español de los EE UU presenta una estabilidad y homogeneidad que no impide distinguir distintas variedades internas, esto es, una diversidad sociolingüística, a la que cabe sumar el diverso arraigo de la lengua en cada territorio. Por ejemplo, Said-Mohand (2010: 181) destaca que en Miami, la selección idiomática de sus informantes (universitarios de origen hispano) no coincide con sus actitudes positivas hacia la lengua. En esta tendencia, que supone la pérdida gradual y más o menos completa, de la competencia en la lengua vernácula, mediarían diversos factores. Criado (2004: 143) apunta que el impulso de mejora económica, que legitima la emigración hacia Estados Unidos, parece actuar en contra del mantenimiento del español, pues se juzga el inglés como una de las claves para el éxito. En este tipo de situaciones predominan las actitudes negativas de los miembros de la comunidad de habla inmigrante hacia su propia lengua, que se considera poco prestigiosa o incluso poco útil para la integración¹. En este sentido, afirma la autora que los hispanos anglohablantes, y más los monolingües,

mantienen actitudes y opiniones más afines y adecuadas a los valores que bendice el contexto y al modo en que se “autoimagina” la sociedad norteamericana. Se observa, pues, una profunda mixtificación del inglés. Adoptarlo como lengua es *símbolo y garantía* de que se está en el camino de –o se ha cumplido con– la tan *deseada* (como *inevitable*) asimilación. [...] Las imágenes, estereotipos y prejuicios circundantes sobre las lenguas –y sus hablantes– van a dictar en buena medida y de este modo las actitudes y sentimientos hacia ellas. Y en esta *escala de valor* el español se define en oposición al inglés (2004: 147, cursiva de la autora).

En estudios recientes, tanto cualitativos como cuantitativos, recogidos principalmente en Zentella (2005) y Dumitrescu y Piña-Rosales (2013), se demuestra cómo el mantenimiento o el abandono del español en EE UU por parte de las comunidades de latinos en distintas áreas del país obedece a muy distintos factores, no solo ideológicos, históricos y de poder, relacionados con las visiones que se tienen del inglés y del español y de los valores que se asocian a cada lengua, sino también a factores relativos a la diversidad inter- e intragrupal de socialización lingüística, a los distintos usos de la lengua, al papel de las familias y, en particular, a la educación. Por ejemplo, en ocasiones se tiende a mantener la lengua o a

¹ Es posible hablar aquí de una orientación instrumental de las actitudes, que obedece a motivos utilitarios, cuando el uso de la lengua del país de acogida permite obtener ventajas laborales o económicas; y de una orientación integrativa que lleva a aprender una segunda lengua para integrarse cultural y socialmente en la comunidad (Baker 1992).

aprenderla y mejorarla —como en el caso de los estudiantes que son hablantes de herencia— por razones de identidad, de apego a las propias raíces, y por los beneficios que pueden derivarse del bilingüismo.

En todo caso, la lengua de los hispanos se ha ido definiendo en este contexto por su desvaloración frente al inglés. Sin embargo, los usos de los grupos latinos se juzgan también a la luz del español peninsular o de España (Zentella 2002), lo que lleva en ocasiones a ver las variedades americanas del español que conviven en los Estados Unidos como menos prestigiosas respecto a la europea, e incluso a menospreciar variedades mixtas como el *spanglish* (Del Valle 2006). En el imaginario latinoamericano, el español suele verse como la lengua del viejo imperio, lo que, de acuerdo con un estudio de campo llevado a cabo por Zentella en Nueva York (2002), quitaría legitimidad a esta lengua como emblema de una identidad latina colectiva o panétnica. Por otra parte, como se ha señalado en los estudios mencionados al inicio de este epígrafe, el universo de los latinos en EE UU es una realidad cambiante sobre la que hay hoy en día muchos intereses: se trata de un grupo compacto que permite una estrategia unificada a nivel político (Garcés-Conejos Blitvich, Bou-Franch 2014) y económico (Criado 2007; Betti 2015), que está llevando a una revalorización del colectivo hispano y de lo hispano y que puede tener cierto efecto en los miembros de ese colectivo de cara a reivindicar sus derechos y a conservar sus señas distintivas, entre las cuales destaca la lengua.

2.2 *El estudio de la identidad social y de las actitudes lingüísticas en YouTube*

En este trabajo nos ocupamos de las actitudes lingüísticas sobre el español en EE UU expresadas por no lingüistas² en interacciones en YouTube, plataforma lanzada en febrero de 2005, en la que, generalmente, los internautas comentan vídeos y debaten en torno a los mismos. En estos últimos años, se han publicado numerosos estudios sobre este medio digital. En ellos se han abordado, entre otras cuestiones, la construcción de la identidad social en este espacio (Lange 2007), el desarrollo de discusiones más o menos conflictivas en torno a temas políticos y religiosos (Pilhaja 2011) y las estrategias discursivas empleadas para mantener la coherencia en estas interacciones mediadas por ordenador, como son el desarrollo del tema, la cohesión gramatical y léxica, la retroalimentación o la cita (cfr. Bou-Franch et al. 2012).

Para Kelly-Holmes (2015), los medios como YouTube permiten el desarrollo

² Seguimos los planteamientos de Preston (1994) sobre las actitudes lingüísticas de los no lingüistas, cuyas percepciones han recibido hasta ahora poca atención (Moreno Fernández 2012: 213).

de comunidades de habla en línea que incorporan no solo prácticas, sino también determinadas normas y creencias compartidas en relación con esas prácticas. En concreto, en la web dialógica (Hine 2000), relacionada con los espacios diseñados para la interacción social como, por ejemplo, las redes sociales o los foros de debate, es posible explorar cómo los grupos negocian sus prácticas lingüísticas en línea y cómo crean sus propias políticas lingüísticas, un aspecto particularmente interesante en interacciones como las que tienen lugar en YouTube, en las que se comentan vídeos que se refieren a contextos bilingües y/o que contienen contenido bilingüe. Desde este enfoque, han aparecido en los últimos años distintos estudios sobre YouTube como espacio de interacción social y vehículo de ideologías lingüísticas. Por ejemplo, Ivković (2013) ha analizado las creencias y actitudes de quienes comentan los vídeos sobre Eurovisión en relación con las lenguas y variedades utilizadas en las canciones y Androutsopoulos (2013) ha investigado los discursos de los usuarios en torno a los dialectos del alemán utilizados en distintos vídeos. En relación con el presente trabajo, cabe citar los trabajos de Garcés-Conejos Blitvich et al. (2013) y Garcés-Conejos Blitvich y Bou-Franch (2014) acerca de las percepciones sobre la compleja identidad latina que vehiculan los comentarios en YouTube³. En el primero se indagan los contenidos temáticos de los comentarios de ciudadanos que se autoidentifican como latinos, en respuesta a un vídeo en español lanzado por el equipo de campaña de Barack Obama para las elecciones presidenciales de EE UU en 2008. El análisis permite identificar seis categorías temáticas: la preferencia por el término “latino” para referirse a la identidad panétnica del grupo; la existencia de una doble identidad, la nacional frente a la panétnica latina; la construcción de la identidad panétnica latina; el estatus paradójico del español en la comunidad latina; la cuestión de los latinos inmigrantes vs. los latinos nacidos en Estados Unidos; y los procesos de racialización a través de los conceptos que identifican a los latinos. En relación con el tema del estatuto del español, su estudio confirma análisis precedentes en los que se señala: que la lengua es objeto de orgullo y solidaridad entre la población latina, aunque puede ser también un obstáculo para la movilidad social; y que el bilingüismo es un aspecto positivo de la identidad social de los latinos y que hay un interés creciente por aprender español entre los hablantes de herencia (Garcés-Conejos Blitvich et al. 2013). El segundo estudio aborda la racialización discursiva de la identidad latina en el nivel micropolítico del discurso de los ciudadanos. A partir de sus datos, las autoras concluyen que:

3 Para estas investigadoras, YouTube es un “entorno digital desindividuado” en el que la identidad social predomina sobre la individual.

los usuarios han aceptado como legítima la denominación hispano/latino del censo de EE UU. El problema es que no se tiene claro (a nivel macro/micro político) qué es lo que supone ser latino. Pero el hecho de que los mismos latinos se autodenominen hispano/latino implica que han aceptado como legítima una etiqueta que los relega, los racializa y los convierte en ciudadanos de segunda categoría (Garcés-Conejos Blitvich y Bou-Franch 2014: 452).

El análisis también revela el uso de estrategias de presentación de opiniones en términos de sentido común o que apelan a la razón, estrategias de uso de argumentos liberales con fines no liberales, estrategias de negación del racismo y estrategias de presentación positiva del endogrupo y presentación negativa del exogrupo, lo que corrobora el proceso de racialización discursiva de la identidad latina en este tipo de discursos. Además, se señala la falta de cohesión del grupo, que se refleja en los intercambios mediante desacuerdos y pugnas discursivas sobre un mismo tema.

3. Metodología y corpus

Por todo lo planteado hasta ahora en relación con el concepto de actitud lingüística e identidad social, por un lado, y de expresión más o menos espontánea de las actitudes y creencias en los comentarios de YouTube, por otro, adoptamos un enfoque discursivo-interactivo en el que se asume que:

language attitudes are context dependent in at least two ways: they emerge within the context of the interactional structure; and they are expressed under the influence of the situational context, which includes both larger ideologies present in a culture and the immediate context of the interactants and how they are seen by others (Liebscher y Dailey-O’Cain 2009: 217).

Por tanto, dependiendo de la interacción en la que se vea envuelto, el hablante modificará su actitud frente a la lengua o a la variedad de la lengua sobre la que se centra la conversación. En este caso, cabe, pues, atender al contenido de los vídeos seleccionados que se comentan, y al tipo de interacciones (intercambios dialógicos) que pueden darse entre quienes comentan. Asimismo, es fundamental considerar los mecanismos argumentativos que utilizan para expresar sus actitudes. En este sentido, adoptamos el enfoque del análisis lingüístico del discurso siguiendo los planteamientos de Howard (2011) y Pilhaja (2011). De acuerdo

con este último investigador, existe una relación dinámica entre los contenidos del vídeo, el título o el breve texto de acompañamiento del mismo, si aparecen, y la manera como los comentaristas interactúan con estos elementos, de manera que en este tipo de análisis cabe tener en cuenta los distintos datos que contiene la página relativa al vídeo.

Para responder a las preguntas de investigación formuladas, hemos recopilado un corpus de 437 comentarios consecutivos escritos en español –la mayor parte–, en inglés o en ambas lenguas, en respuesta a seis vídeos publicados en los canales de YouTube de Univisión y Telemundo, cadenas de televisión que transmiten en español para los Estados Unidos. Los datos se han recogido entre septiembre y octubre de 2015.

El criterio de selección de los vídeos se relaciona con el contenido de los mismos. A través de los términos relacionados con el sintagma “español/lengua española en Estados Unidos/EE UU” se han interrogado los motores de búsqueda de los canales de YouTube de las dos cadenas televisivas; como resultado se han obtenido una serie de noticias y programas relacionados principalmente con el empleo del español por parte de políticos, periodistas y actores estadounidenses hispanohablantes o de habla inglesa. Para acotar los resultados y constituir un corpus más o menos homogéneo, también se ha considerado el número de los comentarios (entre 5 y 150) y el hecho de que estuvieran escritos en gran parte en español. Por último, la mayoría de quienes comentan estos vídeos se identifican bien de forma explícita como latinos o hispanos que residen en Estados Unidos, bien de forma implícita, por ejemplo, utilizando ambos códigos. Se incluyen aquí los enlaces a los vídeos seleccionados y los títulos, fecha de publicación y número de comentarios de los mismos hasta el 15 de diciembre de 2015:

- (1) <https://www.youtube.com/watch?v=LZXKcycf9pI> (25-9-2015)
Polémica por periodista que pronuncia correctamente nombres en español - Telemundo (61 comentarios)
- (2) <https://www.youtube.com/watch?v=UzeyDXCHF8N8> (27-7-2015)
Hablamos en español con el precandidato republicano Jeb Bush - Telemundo (48 comentarios)
- (3) https://www.youtube.com/watch?v=ireYbF_A34g (2-9-2015)
Trump pide a Jeb Bush que no hable en español - Univisión (137 comentarios)
- (4) <https://www.youtube.com/watch?v=aBkHrq85Itc> (21-4-2015)
¿Qué aprendió Reese Witherspoon de Sofía Vergara? - Univisión (41 comentarios)
- (5) <https://www.youtube.com/watch?v=Dq8ITpzaW24> (5-1-2015)
Tres hermanas latinas lograron entrar a Harvard, entérate cómo - Univisión (8

comentarios)

- (6) https://www.youtube.com/watch?v=QOJ_FTWBOKY (24-3-2015)
Jim Parsons aprendió español con Xavi Ondo - Univisión (primeros 150 comentarios)

A pesar de que en estas plataformas los datos son públicos, se han omitido los nombres o seudónimos de quienes comentan, para preservar su privacidad. Hemos reproducido los mensajes tal como han sido publicados, sin omitir las muestras del subcódigo escrito que caracteriza algunos textos digitales.

4. Resultados del análisis

De entrada, observamos en estos comentarios una actitud positiva hacia el español hablado por los políticos, periodistas y actores estadounidenses de habla inglesa, que protagonizan algunos de los vídeos. Como muestran los siguientes comentarios a un vídeo de Telemundo en el que Jeb Bush es entrevistado en español, es frecuente que se alabe la corrección lingüística, en particular, la sintaxis, la pronunciación y la fluidez. En este caso, se elogia el español de Bush mediante adjetivos y adverbios marcadamente positivos (“excelente”, “fenomenal”, “tan bien”, “muy bien”) que aquí tienen valor intensificador:

- (1) [Jeb Bush] *habla muy bien* el español
- (2) Un *excelente español* que el tiene! hasta el momento es el primer estadounidense que *conjugaba tan bien los verbos* y que *tiene una excelente fluidez*. Saludos
- (3) *Habla fenomenal* el español, da gusto escuchar a un político republicano hablar nuestra lengua. Ya podría tomar ejemplo Trump xDD

El mismo tipo de actitudes positivas se observa en los siguientes comentarios sobre el español que habla el actor Jim Parsons en un programa de entretenimiento de Univisión, aunque en este caso se trata de comentarios más moderados, véanse la concesiva en (4) y la indicación de sorpresa ante la fluidez del actor o el adverbio modalizador “bastante” relativo a su manera de pronunciar en (6):

- (4) *Genial como habla* y lo entiende, a pesar de que no lo domina
- (5) Me *sorprende lo fluido* que Jim puede hablar español, [...]
- (6) *Pronuncia bastante bien*

Un vídeo de Univisión en el que el candidato republicano Donald Trump ataca a Jeb Bush por hablar en español en público desata en cambio una serie de comentarios críticos en los que se evidencia el aspecto positivo de hablar español en el ámbito de una campaña electoral. Así, los comentarios que siguen expresan no sin cierta ironía (7) o mediante una pregunta retórica (8), que el desconocimiento del español por parte de un político estadounidense constituye un límite o una desventaja en términos políticos:

- (7) *No hablar español es lo que le puede al pato Donald*
 (8) *Acaso no es mejorar tener más cultura sabiendo más idiomas y pudiendo hablar con otros dirigentes políticos extranjeros de una manera más directa y sin malos entendidos?*

Las actitudes positivas precedentes se basan en creencias y percepciones subjetivas implícitas sobre lo que se considera correcto o aceptable en el español de un hablante que vive en EE UU, de lo que cabe inferir una cierta seguridad lingüística en quienes comentan. Cabe destacar también las opiniones que comparan el español de un hablante no hispano como Bush con el de niños hispanos de segunda generación, como en (9), donde los puntos al final del comentario dejan el enunciado suspendido, dando a entender que es innecesario seguir porque la conclusión de esa aseveración será inferida fácilmente por los destinatarios en la situación comunicativa; y con el de “muchos” mexicanos, que en (10) son tildados despectivamente de “simios mejinarcos”, de lo que se infiere que quien comenta tiene una percepción extremadamente negativa de esa comunidad nacional, a menudo asociada a la inmigración ilegal y a la criminalidad organizada en los discursos mediáticos y políticos:

- (9) *He speaks better Spanish than most 2nd generation Hispanic kids...*
 (10) *habla español mejor que muchos simios mejinarcos.*
 (11) *habla español mejor que muchos latinos jajaja*

La forma de hablar de este político se valora también de forma afectiva cuando, como se observa en los ejemplos que siguen, se indica la variedad diatópica a la que más se acerca. La diversidad de opiniones permite afirmar que se trata de percepciones muy subjetivas sobre las variedades cubana (12) y mexicana (13) del español y sobre un modo de hablar supuestamente suramericano (14), que se asocia de forma implícita a Chile. El uso abundante de onomatopeyas, signos de exclamación y disfemismos, frecuentes en este tipo de interacciones, intensifican

y modalizan estos enunciados de forma irónica o humorística, asociando automáticamente las variedades mexicana y cubana, cuyas comunidades de habla son numerosas y están muy arraigadas en el país, a formas híbridas de hablar español que se detectan ya entre los hispanounidenses (cfr. Dumitrescu, Piña-Rosales 2013):

(12) habla *como un cubano* jajajaja

(13) WHAT THE FUCK??? He SPEAKS LIKE A MEXICAN!!!!!!!!!!!!!!!

(14) He speaks *like a South American*, because he was the US Ambassador to *Chile*

Muchos de los comentarios precedentes llevan a otros hablantes a interrogarse sobre el carácter extraordinario de que Bush y actores como Parsons o Reese Witherspoon, protagonista de otro vídeo de Univisión, hablen español. En estos casos, los comentarios se basan en la creencia de que hablar o aprender español en EE UU debería ser algo normal y no una “proeza” (16):

(15) Pues *no entiendo tanta sorpresa por ver a un estadounidense hablar en español*.

(16) me es muy agradable Jim Parsons, pero *me causa algo de extrañeza que el mundo esté tan “anglomentalizado” (que todo sea en inglés para todos) que sea una verdadera proeza que alguien de habla inglesa pueda hablar en español* :S

(17) A: Creo que si Reese quería aprender español, sería muy fácil para ella para aprenderlo!

B: No mames con la rees ya en estos tiempos de globalización *ella ya debería saber español no se porque nosotros los latinos si tenemos que esforzarnos en aprender otro idioma y los anglosajones no se quieren esforzar*, y no es que este diciendo que no hay que aprender el inglés como cualquier otro idioma, pero *estos pendejos actores gringos deberían saber por lo menos el español ya no por menospreciar a los latinos si no por trabajo* en este mundo globalizado donde frecuentas a personas de varios países

Los dos primeros comentarios, en reacción a otros en los que se alaba la manera de hablar de estos personajes públicos, señalan el hecho extraordinario de que los demás se sorprendan. Es interesante, en este sentido, la relación que se establece en (16) entre estas actitudes y el hecho de que el mundo esté “anglomentalizado”, una idea que parece evocar el proceso de “mixtificación” del inglés y de todo lo que se asocia a esa lengua, por parte del colectivo hispano (Criado 2004). Además de ser algo normal, para estos usuarios de YouTube, aprender español no solo sería un acto de respeto hacia la comunidad latina sino también una ventaja para cualquiera que viva en EE UU. En (17), por ejemplo, en respuesta al comentario que opina sobre la facilidad para Witherspoon de aprender español, se afirma en tono

polémico –véase el exhortativo “no mames con la rees ya”– que esta lengua es tan válida como el inglés para trabajar en un mundo globalizado. Por otra parte, estas valoraciones cognitivas y afectivas que enfrentan al español y al inglés en términos de aprendizaje y de uso en cualquier contexto se manifiestan de forma más marcada quizá en los comentarios relacionados con el vídeo sobre la periodista estadounidense de origen colombiano Vanessa Ruiz que, presentando una noticia en inglés, pronunció los nombres de políticos hispanos en español. En estos textos se defiende la elección de la periodista y se expresan actitudes positivas hacia su forma de pronunciar esos nombres, asociando en un par de comentarios su forma de hablar a un supuesto “hablar latino” reflejado en “su acento colombiano”. Nótese cómo se oponen aquí explícitamente las prácticas lingüísticas del endogrupo y del exogrupo (“nosotros” vs. “americanos” o “gringos”), al que se conecta con términos negativos como “ignorancia” y “engreimiento”, y se reivindican las mismas prácticas lingüísticas (pronunciación) del inglés para el español:

- (18) Que? *si en un noticiero en español pronuncian una palabra en inglés* (que lo hacen muy seguido por cierto) *no es nada pero si en uno en inglés dicen una nombre en español es una polémica.* que ignorancia más grande que hay en USA de verdad.
- (19) Pero que estupidez el engreimiento de los americanos que creen que el inglés debe ser la lengua que domina el mundo, y todos debemos ajustarnos a tales pronunciaciones. *Nosotros sí respetamos, nos esforzamos y pronunciamos sus palabras como se hace en el original inglés*, así por ejemplo decimos “Spaiderman” no “spiderman” (literalmente) o “gugel” y no “google”. Solo los españoles conservan una pronunciación literal o castellanizada, por ejemplo dicen “wifi”, y no “waifai”... Pero el tema es que *los gringos deben respetar las pronunciaciones de otras lenguas*, es lo que dicta la lógica y el sentido común.

Este último comentario dirigido al contenido del vídeo es más elaborado desde un punto de vista argumentativo: es más extenso, se apoya en una sintaxis elaborada y en distintos marcadores (“así”, “por ejemplo”, “pero”), utiliza sinónimos para reforzar una idea (“respetamos”, “nos esforzamos”) y sobre todo aporta distintos ejemplos para ilustrar su razonamiento, a saber, que el endogrupo debe ajustarse a la pronunciación (¿correcta?) de la lengua del exogrupo y que también debería darse lo contrario, el respeto de la pronunciación de otras lenguas por parte de los angloamericanos. Cabe destacar también el recurso a la comparación entre las formas distintas en que pronuncian algunas palabras en inglés los latinos o hispanos de EE UU, más respetuosos o fieles al inglés, y los españoles, quienes castellanizan dichas formas. De ello cabe inferir que para este comentarista, nin-

guno de esos grupos, sobre todo los “americanos”, respetan la pronunciación de otras lenguas, una actitud o un comportamiento que estaría alejado de la lógica o del sentido común.

Curiosamente, en el corpus se observa un predominio de actitudes negativas hacia el español y hacia lo hispano cuando quienes hablan son famosos de origen hispano, como la actriz colombiana Sofía Vergara, y cuando los vídeos pretenden imitar un español supuestamente “latino”, que no se relaciona con ninguna variedad específica, para mostrar a los telespectadores cómo se habla esta lengua. Se trata de la entrevista a las actrices Vergara y Witherspoon, en la que se comparan sus conocimientos de inglés y español, y la “lección de español” impartida a Jim Parsons de la serie *The Big Bang Theory*. Estos vídeos de Univisión, aparte de generar numerosos comentarios, provocan distintas críticas que vehiculan actitudes negativas hacia la representación a menudo simplista y estereotipada de la identidad social del colectivo latino, señalando cómo la producción incorrecta o muy coloquial y la imitación caricatural de un español pobre desde un punto de vista gramatical y léxico y muy mezclado con el inglés, que los actores simulan no entender, constituye una humillación (21) o una vergüenza (22) para quienes tienen esa lengua como seña de identidad:

- (20) *que HORRIBLE el acento de esa Vergara*. Con tanto dinero no puede mejorarle al menos un poquito. Y si estoy de acuerdo con la mayoría de los comentario, Univision es Basura!
- (21) *por que tenemos que humillarnos ante estas personas...they are the same like us...or maybe they come from another planet?...no entiendo por que nosotros si tenemos que aprender su idioma y ellos nos menosprecian....damn... i feel bad about this*.
- (22) [...], en otro caso *detesto ver tambien como estos imbeciles se burlan de el cuando intentra pronunciar las frases en español, asi bien pues imaginense como nos ven ellos a nosotros tratando de hablar ingles*, que pena me da por estos personajes de farandula que en ves de hacer quedar bien el publico hispano se comportan como idiotas
- (23) Esto es lo mas estúpido que he visto , en primera Estados Unidos esta lleno de latinos y tiene de vecino a México , se supone es una Nación de primer mundo y si fueron al menos a la primaria *deberían de saber hasta el más básico español, hacerse el q no lo entienden y no lo comprenden es hacerse tontos tanto ellos como nosotros*

Como vemos, este tipo de vídeos sobre los que se expresan actitudes negativas de base cognitiva y afectiva dan pie a interacciones en las que abundan reflexiones extensas apoyadas en datos históricos, políticos, sociales y culturales sobre las relaciones de poder entre el español y el inglés en EE UU, por un lado, y sobre

los conceptos de *latino* e *hispano*, por otro. De estos comentarios, en los que son frecuentes el cambio de código y algunos errores de escritura, se infiere cómo los mismos hispanos contribuyen así a elaborar una imagen negativa del colectivo, que se contrapone al *otro* no latino. En este sentido, los comentarios que siguen, publicados en reacción al vídeo de Univisión sobre tres hermanas *latinas* que logran acceder a la Universidad de Harvard, gracias a que han aprendido inglés integrándose paulatinamente en la sociedad norteamericana, contraponen el valor instrumental de esta lengua para la inmigración hispana y los beneficios del mantenimiento de la propia lengua. El exogrupo *gringos* y el endogrupo *latinos* se oponen en este caso para denunciar la persistente situación subalterna del español respecto al inglés y rechazar la creencia implícita entre el colectivo de que para integrarse plenamente habría que abandonar el español:

- (24) [...] *Obviamente es importante hablar inglés, nadie lo discute, pero es importante no perder nuestras raíces, nuestra cultura, nuestra identidad...además que ser bilingüe aporta muchos beneficios tanto laboralmente como economicamente y ayuda al desarrollo intelectual de nuestros hijos.* [...]
- (25) No estoy de acuerdo con la mujer negra. Cada uno es libre de hablar el idioma que prefiera en Estados Unidos, para eso es una democracia y no una dictadura. [...] La mujer negra *es otra de las acomplejadas intimidadas, que a sus hijos no les enseñará español y que ella procurará no hablarlo.* Debería estudiar algo de historia y saber que el idioma español existía en Estados Unidos mucho antes que el inglés. [...]
- (26) Excelente por ser latinas y sacar adelante nuestras raíces en una tierra extranjera. *Solo lamento escuchar que una de ellas no habla español y eso está mal. Perder su idioma materno definitivamente le resta puntos*

Se argumenta aquí a favor del inglés para vivir en el país, pero se subraya, aludiendo implícitamente al concepto de lealtad lingüística, la necesidad de mantener el español por motivos afectivos, instrumentales y cognitivos (24). Véase, además, en (25), el calificativo “acomplejada intimidada” referido a la periodista, cuyo significado remite a creencias aparentemente compartidas en este contexto sobre el complejo lingüístico y acaso identitario de quienes mantienen el español para su comunicación cotidiana, y sobre el prestigio del inglés que, de acuerdo con estas creencias, intimidaría al colectivo latino. Las actitudes expresadas se relacionan con los conceptos de prestigio lingüístico, asociado al inglés, y de prejuicio lingüístico, en este caso, hacia el español y hacia lo hispano o latino. Por otra parte, estos conceptos de difícil definición parecen generar en los comentaristas actitudes negativas de rechazo e incluso reacciones de indignación (27) ante la

categorización de latino, a la que se prefiere, sin embargo, la de hispano:

- (27) *es indignante como nos hemos catalogado nosotros mismos nos llamamos latinos y como un Hispano americano parlante llama americano sólo a los gringos.*
- (28) *Primero que nada no somo "latino" somos hispanos segundo americanos como todos los que nacimos en américa en todo! américa! norteamericanos como todos los que nacimos en norteamerica,(mexico) ect, no solo los yankees gringos anglos. tercero los idiomas evolucionan y cambian, el el futuro tal ves se hable un híbrido de (spanglish) e IDO o tal vez esperanto.*

En ellos se comparan las categorizaciones y las identidades sociales latino, hispano(americano) y norteamericano, basándose en distintas creencias de base cognitiva sobre lo que significan estos conceptos. La intención aparente de estos comentaristas es, pues, la de romper esquemas que parecen "racializar" lo latino (Garcés-Conejos Blitvich, Bou-Franch 2014) y que simplifican una realidad compleja que, como se apunta en (28), pasa entre otras cosas por la evolución de las lenguas, que se refleja para este hablante en el *spanglish*.

5. Conclusiones

Este análisis exploratorio y cualitativo ha permitido constatar que las actitudes lingüísticas que se expresan en los comentarios a vídeos sobre el español en EE UU son, por un lado, positivas, cuando se trata de evaluar la forma de hablar el español de los protagonistas de los vídeos, en su mayoría, periodistas estadounidenses de origen hispano y políticos y actores estadounidenses de habla inglesa. Estas actitudes presentan un componente afectivo en la medida en que se alaba y aprueba la manera como hablan estas personas, pero presentan sobre todo un componente cognitivo, pues las actitudes se apoyan en determinadas creencias sobre el español "correcto" o "aceptable" que debe utilizar quien vive en el país. Por otro lado, se advierten actitudes negativas y críticas no tanto hacia la forma de hablar de algunos de los protagonistas de los vídeos, ya sean angloamericanos o de origen hispano, sino más bien hacia la imagen negativa de lo hispano que se elabora o que se desprende de esos vídeos. En los programas de entretenimiento de Univisión, en concreto, se vehicula una imagen estereotipada y homogénea del colectivo y de su forma de hablar español que contrasta con la diversidad social y lingüística de los hispanos en EE UU, apuntada en distintos estudios. Cabe pensar en relación con estos programas que la tendencia a presentar lo hispano o lo

latino de forma simplificada puede responder a intereses diversos de los canales de televisión. No en vano, “las categorías étnicas y raciales tienen aquí importantes implicaciones económicas y políticas” (Criado 2004: 152), de modo que dichas categorías son centrales en el discurso político y mediático estadounidense, incluyendo el de entornos como YouTube (Garcés-Conejos et al. 2013).

Por otra parte, se confirma que en YouTube la identidad social propia también adquiere significado cuando se compara con la de otro grupo (Sancho Pascual 2013), pues muchos comentaristas tienen una percepción similar tanto de la propia identidad social (nosotros, latinos, hispanos) como de la del grupo con el que se relaciona (ellos, anglos, gringos). Se discuten aquí cuestiones como el estatus y el poder del inglés, que no se niega, pero que tampoco debe servir para desprestigiar al español. Esto corrobora los resultados de Garcés-Conejos Blitvich et al. (2013) sobre el estatuto paradójico del español en Estados Unidos en las creencias de quienes comentan en YouTube: la lengua es objeto de orgullo y solidaridad entre el colectivo, aunque también puede constituir un obstáculo para la movilidad social (i.e. vídeo de las hermanas admitidas en Harvard) e incluso un elemento de racialización del colectivo, lo que lleva a rechazar en algunos casos la categoría de latino para el propio grupo. En todo caso, el análisis muestra que existe una creencia compartida sobre la importancia del mantenimiento del español para los hispanos en EE UU y sobre la necesidad de su aprendizaje por parte de los estadounidenses anglófonos. Abundan en este sentido los argumentos relativos al papel del español como lengua de comunicación y de trabajo tan válida como el inglés, y a la elección del idioma como medio para reafirmar la propia identidad en el país.

Este trabajo presenta algunas limitaciones. Se ha analizado una pequeña muestra de datos que representa una parte de los comentarios totales publicados. Si bien la muestra permite profundizar en el análisis lingüístico del discurso, esta limita la posibilidad de establecer generalizaciones, por lo que es necesario llevar a cabo ulteriores análisis de carácter lingüístico-pragmático, cualitativo y cuantitativo, con corpus más amplios. Por último, las actitudes expresadas en YouTube representan solo una pequeña parte del discurso público que existe sobre este tema en la Red. En este sentido, cabría ampliar el estudio de las actitudes lingüísticas sobre el español en y de Estados Unidos a los ciberdiscursos ciudadanos que se publican en otros entornos digitales.

Bibliografía citada

- ALBARRACÍN, DOLORES; ZANNA, MARK; JOHNSON, BLAIR T.; KUMKALE, TARCAN (2005), “Attitudes: Introduction and Scope”, *The Handbook of Attitudes*, eds. Dolores Albarracín; Blair T. Johnson; Mark Zanna. London, Lawrence Erlbaum: 3-19.
- ANDROUTSOPOULOS, JANNIS (2008), “Potentials and limitations of discourse-centred online ethnography”, *Language@Internet* 5 [20/12/2015] <<http://www.languageatinternet.org/articles/2008/1610>>
- , (2013), “Participatory culture and metalinguistic discourse: performing and negotiating German dialects on YouTube”, *Discourse 2.0. Language and New Media*, eds. Deborah Tannen; Anne M. Treter. Washington, Georgetown University Press: 47-71.
- BAKER, COLIN (1992), *Attitudes and Language*, Philadelphia, Multilingual Matters.
- BETTI, SILVIA (2015), “La imagen de los hispanos en la publicidad de los Estados Unidos”, *Informes del Observatorio*: 1-21 [15-11-2015] <http://cervantesobservatorio.fas.harvard.edu/sites/default/files/009_informes_hispanos_publicidad.pdf>
- BOU-FRANCH, PATRICIA; LORENZO-DUS, NURIA; GARCÉS-CONEJOS BLITVICH, PILAR (2012), “Social interaction in YouTube text-based polylogues: A study of coherence”, *Journal of Computer-Mediated Communication*, 17(4): 501-21.
- CARAVEDO, ROCÍO (2014), *Percepción y variación lingüística. Enfoque sociocognitivo*, Madrid / Frankfurt am Main, Iberoamericana / Vervuert.
- CRiado, MARÍA JESÚS (2004), “Percepciones y actitudes en torno a la lengua española en Estados Unidos”, *Migraciones internacionales*, 2, 4: 123-58.
- , (2007), *Inmigración y población latina en los Estados Unidos*, Madrid, Instituto Complutense de Estudios Internacionales/Fundación Telefónica [15-11-2015] <<http://eprints.ucm.es/9692/1/DT06-07.pdf>>
- DEL VALLE, JOSÉ (2006), “US Latinos, la *hispanofonía* and the language ideologies of high modernity”, *Globalization and language in the Spanish-speaking world*, eds. Clare Mar-Molinero; Miranda Stewart. New York, Palgrave Macmillan: 27-46.
- DUMITRESCU, DOMNITA; PIÑA-ROSALES, GERARDO, eds. (2013), *El español en los Estados Unidos: E Pluribus Unum? Enfoques interdisciplinarios*, New York, Academia Norteamericana de la Lengua Española.
- ESCOBAR, ANNA M.; POTOWSKI, KIM (2015), *El español en los Estados Unidos*, Cambridge, Cambridge University Press.
- GARCÉS-CONEJOS BLITVICH, PILAR; BOU-FRANCH, PATRICIA; LORENZO-DUS, NURIA (2013), “Despierten, Latinos (Wake up, Latinos): Latino Identity, US Politics and YouTube”, *Journal of Language and Politics*, 12/4: 558-82.
- GARCÉS-CONEJOS BLITVICH, PILAR; BOU-FRANCH, PATRICIA (2014), “¿Hispano y Blanco?: Racialización de la identidad Latina en YouTube”, *Discurso y Sociedad*, 8/3: 427-61

- [15-11-2015] <<http://www.dissoc.org/ediciones/v08n03/DS8%283%29Garces&Bou.pdf>>
- HINE, CHRISTINE (2000), *Virtual Ethnography*, London, SAGE.
- HOWARD, CRAIG (2011), “Collaborative video annotation as critical discourse”, *Georgetown University Roundtable on Language and Linguistics*, Washington, DC, Georgetown University Press.
- IVKOVIĆ, DEJAN (2013), “The Eurovision song contest on YouTube: A corpus-based analysis of language attitudes”, *Language@Internet*, 2/1: 1-25 [12-11-2015] <<http://www.languageatinternet.org/articles/2013/Ivkovic>>
- IVKOVIĆ, DEJAN; LOTHERINGTON, HEATHER (2009), “Multilingualism in cyberspace: conceptualising the virtual linguistic landscape”, *International Journal of Multilingualism*, 6/1: 17-36.
- KELLY-HOLMES, HELEN (2015), “Analyzing language policies in new media”, *Research Methods in Language Policy and Planning*. eds. Francis Hult; David C. Johnson, Hoboken. NJ, Wiley: 130-39.
- LANGE, PATRICIA G. (2007), “Publicly private and privately public: social networking on YouTube”, *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13/1: 361-80 [10/12/2015] <<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.2007.00400.x/pdf>>
- LIEBSCHER, GRIT; DAILEY-O’CAIN, JENNIFER (2009), “Language Attitudes in Interaction”, *Journal of Sociolinguistics*, 13/2: 195-222.
- LÓPEZ MORALES, HUMBERTO (2004) [1989], *Sociolingüística*, Madrid, Gredos.
- MEJÍAS, HUGO A.; ANDERSON-MEJÍAS, PAMELA L.; CARLSON, RALPH (2003), “Attitude update: Spanish on the South Texas border”, *Hispania*, 86: 138-50.
- MORENO FERNÁNDEZ, FRANCISCO (2005) [1998], *Principios de sociolingüística y sociología del lenguaje*, Barcelona, Ariel.
- , (2012), *Sociolingüística cognitiva. Propositiones, escolios y debates*, Madrid / Frankfurt am Main, Iberoamericana / Vervuert.
- , (2013), “Panorama interdisciplinario del español en los Estados Unidos”, *Tribuna Norteamericana*, 14 [18/04/2015] <<http://bit.ly/1JegNrs>>
- PERALTA CÉSPEDES, MANUEL (2014), “Más datos sobre las actitudes lingüísticas de los dominicanos en Madrid”, *Lengua y migración*, 6/2: 41-66 [19-11-2015] <<http://dspace.uah.es/dspace/handle/10017/21978>>
- PILHAJA, STEVEN (2011), “Cops, popes, and garbage collectors: Metaphor and antagonism in an Atheist/Christian YouTube video thread”, *Language@Internet*, 8 [10/05/2016] <<http://www.languageatinternet.org/articles/2011/Pihlaja>>
- PRESTON, DENNIS R. (1999), “Content-oriented discourse analysis and folk linguistics”, *Language Science*, 16/2: 285-331.
- ROCA, ANA, ed. (2000), *Research on Spanish in the United States: Linguistic Issues and Cha-*

- llenges*, Somerville, MA, Cascadilla Press.
- SAID-MOHAND, AIXA (2010), "Actitudes y usos lingüísticos hacia el inglés y el español: estudiantes universitarios bilingües de la Florida", *Revista Electrónica de Lingüística Aplicada*, 9: 168-83.
- SANCHO PASCUAL, MARÍA (2013), "Identidad y prestigio en las actitudes lingüísticas de la población ecuatoriana en Madrid", *Lengua y migración*, 5/1: 33-56 [10-11-2015] <<http://dspace.uah.es/dspace/handle/10017/15561>>
- VAN DIJK, TEUN (1997), *Discourse as social interaction*, London, SAGE.
- WEINREICH, URIEL (1953), *Languages in Contact*, New York, Linguistic Circle.
- ZENTELLA, ANA CELIA (2002), "Latin@ languages and identities", *Latinos: Remaking America*, eds. Marcelo M. Suárez; Mariella Páez. Berkeley / Los Angeles, Harvard University / University of California.
- ZENTELLA, ANA CELIA ed. (2005), *Building on strength: Language and literacy in Latino families and communities*, New York, Teachers College Columbia University Press.