

(Ser) 'Susanita' como construcción discursiva: un estudio semántico, pragmático y cognitivo de su uso en medios argentinos

(Being) 'Susanita' as a discursive construction: a semantic, pragmatic and cognitive study of its use in Argentine media

Carolina MIRALLAS*

María de los Ángeles CORRADI**

RESUMEN

Los discursos construyen y sostienen modelos mentales que imponen marcos de interpretación sobre temas sociales. A partir del uso del lenguaje, los sujetos discursivos no solo dan cuenta de sus procesos de subjetivación, sino que se configuran a sí mismos en un contexto determinado y construyen y redefinen permanentemente constructos sociales y culturales. Este trabajo propone una descripción semántica, pragmática y cognitiva de las ocurrencias mediáticas del segmento “(ser) Susanita” según su empleo entre hablantes de Argentina. Recurrimos a los postulados de la Lingüística Cognitiva (Langacker, 1987), de la Semántica de los Marcos (Fillmore, 1982), de los Modelos Cognitivos Idealizados (MCI) (Lakoff, 1987), y de la Gramaticalización y Lexicalización (Hopper y Traugott, 1993). Recolectamos un corpus de 27 instancias en medios argentinos, y las analizamos en función de los MCI del personaje Susanita de la tira cómica de Quino. Encontramos que, si bien el personaje concentra una multiplicidad de rasgos que son construidos a partir de su participación en la narrativa de la tira y que son estereotípicos de diversos grupos sociales, el uso del segmento analizado en los medios destaca el valor de la maternidad y la necesidad de las mujeres de tener muchos hijos. Como conclusión, observamos que el uso discurso mediático de “(ser) Susanita” contribuye a reforzar y resignificar representaciones sociales vinculadas con estereotipos de género y modelos ideales de comportamiento.

Palabras clave: personaje de Quino; diminutivo; nombre propio; lexicalización; pragmatización.

ABSTRACT

Discourses construct and sustain mental models that impose interpretive frameworks on social issues. Through language use, discursive subjects not only account for their processes of subjectivization, but also configure themselves in a specific context and

* Prof. de Inglés. Universidad Nacional de Cuyo (UNCu), Mendoza, Argentina. Magíster en Inglés con Orientación en Lingüística Aplicada, Universidad Nacional de Córdoba (UNC), Córdoba, Argentina. Doctora en Lingüística, Universidad de Buenos Aires (UBA), Buenos Aires, Argentina. Docente de la Universidad Nacional de San Luis (UNSL), San Luis, Argentina. Contacto: caro0910@gmail.com

** Prof. y Lic. en Lengua y Literatura. Universidad Nacional de Río Cuarto (UNRC), Córdoba, Argentina. Contacto: mdacorradi@hum.unrc.edu.ar

permanently construct and redefine their social and cultural constructs. This paper proposes a semantic, pragmatic and cognitive description of the media occurrences of the segment “(being) Susanita” according to speakers’ use in Argentina. We resort to the postulates of the Cognitive Grammar (cognitive-prototypical approach) (Langacker, 1987), Frame Semantics (Fillmore, 1982), Idealized Cognitive Models (ICM) (Lakoff, 1987), and Grammaticalization and Lexicalization (Hopper and Traugott, 1993), as well as those related to discursive construction (Croft & Cruise, 2004; Goldberg, 1995). We collected 27 instances of the segment under study from Argentine media and analyzed them based on the ICMs of the character Susanita from Quino’s comic strip. We found that while the character concentrates a multiplicity of traits that are constructed from her participation in the narrative of the strip and that are stereotypical of diverse social groups, speakers’ use of “(being) Susanita” in the media highlights the value of motherhood and the need for women to have many children. In conclusion, we observe that media use of “(being) Susanita” contributes to reinforcing and redefining social representations linked to gender stereotypes and ideal models of behavior.

Key words: Quino's character; diminutive; proper noun; lexicalization; pragmaticalization.

Introducción

Las formas en que funciona el lenguaje humano y su uso discursivo en entornos sociales pueden ser abordados desde una gran multiplicidad de perspectivas. En este trabajo, nos posicionamos desde un abordaje del Análisis del Discurso, y recurrimos a los principios de la Gramática Cognitiva para dar cuenta de las formas en que ciertos discursos construyen y sostienen modelos mentales que imponen marcos de interpretación sobre temas sociales.

Abordamos nuestro análisis desde la noción del lenguaje como una construcción de significados que tiene en cuenta las experiencias del mundo (Langacker, 1987). Entonces, el discurso construye realidades sociales y sentidos compartidos, como se verá expuesto en el detalle de la configuración del segmento “ser Susanita”. Asimismo, este marco da cuenta de la construcción de los significados compartidos en el contexto social, de las experiencias de los hablantes y de los conocimientos culturales como contextos de uso, en este caso, del uso mediático y las nociones que diversos hablantes en medios de comunicación argentinos parecen compartir sobre “Susanita”. Detallamos los usos de esta construcción discursiva (Croft & Cruise, 2004; Goldberg, 1995) a partir del análisis de un corpus de instancias del segmento bajo estudio, y mostramos cómo su interpretación semántica y pragmática depende del contexto social, ideológico y cultural, y se construye dinámicamente a partir de discursos completos.

Este trabajo propone una descripción semántico-pragmática de las ocurrencias mediáticas del segmento “ser Susanita” o alguna de sus variantes como “ser (muy/cero/una/re) Susanita” según su empleo en Argentina. Nos circunscribimos a detallar los usos del diminutivo, en combinación con el verbo cópula “ser” o pseudocopulativos que lo acompañan. Aquí detallamos la lexicalización de los segmentos, a partir del cual el nombre *Susanita* del personaje de Quino es usado mediáticamente por diversos actores sociales con un valor calificativo, y se comporta como adjetivo a pesar de tratarse de un sustantivo. Nuestro objetivo es dar cuenta de que la sedimentación semántica de los segmentos “ser Susanita” o “ser muy Susanita” ofrece una variedad de rasgos asociados con un estereotipo de mujer cuyos intereses principales son casarse y tener hijos.

Marco teórico

En esta sección presentamos los supuestos teóricos que guían nuestro trabajo de análisis: la Lingüística Cognitiva (Langacker, 1987), la Semántica de Marcos (Fillmore, 1982); los

Modelos Cognitivos Idealizados (Lakoff, 1987), la Gramaticalización y Lexicalización (Hopper y Traugott, 1993) y la construcción discursiva (Croft & Cruse, 2004; Goldberg, 1995). De ninguna manera intentamos ser exhaustivos en el detalle de las teorías, sino que las relevamos de manera sucinta a los fines de enmarcar y sustentar el análisis que es foco de este estudio.

La Lingüística Cognitiva

En su trabajo fundacional, Langacker (1987) establece la necesidad de integrar los conceptos de los campos de la lingüística y la psicología para superar las dicotomías entre la capacidad lingüística y los procesos de la cognición. Entre otros supuestos que son centrales al Enfoque Cognitivo-Prototípico, podemos mencionar (a) la relevancia de la interacción de la experiencia y las percepciones, y del contexto y de la cultura en la interacción de los hablantes para asignar significados al lenguaje; (b) la representación de los significados a partir de imágenes mentales que se construyen a partir de la experiencia; (c) la concepción de la gramática como el reflejo de conceptos mentales; y (d) la representación de realidades en torno a prototipos, que son los ejemplares típicos, frecuentes y representativos de categorías conceptuales.

La semántica de marcos (Frames)

En su teoría de la semántica de marcos, Fillmore (1982) establece que el lenguaje en uso evoca significados que no pueden explicarse teniendo en cuenta solamente la semántica estructural, la semántica de rasgos o la semántica veritativo-condicional. Propone el término “escena” no sólo para referirse a imágenes de situaciones, sino también a tipos de interacciones, estructuras institucionales y rutinas estandarizadas que son parte de la experiencia y de la cultura. La escena abarca un conjunto de elementos interrelacionados y contextualizados en la mente de un hablante, así como las formas en que organiza su experiencia mentalmente. Asimismo, identifica como “marco” a “cualquier sistema de conceptos relacionados de tal manera que para entender cualquiera de ellos, hay que entender toda la estructura en la que encaja” (Fillmore, 1982, pág. 373). Esto quiere decir que cuando un elemento determinado se hace presente en un texto, todos los demás quedan disponibles. Los marcos contienen información sobre los participantes, las acciones, el entorno y las relaciones típicas asociadas con una situación particular.

Modelos Cognitivos Idealizados

Los Modelos Cognitivos Idealizados (MCI) (Lakoff, 1987) son construcciones mentales culturalmente moldeadas que organizan y representan cómo los hablantes conceptualizamos y organizamos el mundo. Los MCI están basados en la experiencia, y a partir de ella creamos categorías con una estructura prototípica y miembros periféricos que representan el conocimiento que tienen los hablantes acerca del mundo de forma total, parcial o simplificada. Si bien los MCI reflejan nuestro conocimiento del mundo, no siempre dan cuenta de los casos especiales, ya que son representaciones parciales (Cuenca y Hilferty, 1999). Aquellos ejemplares que encajan con los presupuestos subyacentes de la categoría son prototípicos, mientras que aquellos que entran en tensión con este se evalúan como miembros periféricos.

Los Modelos Cognitivos Idealizados (MCI) (Lakoff, 1987) son construcciones mentales culturalmente moldeadas que organizan y representan cómo los hablantes conceptualizamos y organizamos el mundo. Lakoff retoma la Teoría de Prototipos propuesta por Rosch (1973a, 1973b, 1975), quien plantea que las categorías no se estructuran en función de límites fijos y necesarios, sino que presentan una organización interna en términos de una gradiente: algunos miembros son más representativos, centrales o

prototípicos, mientras que otros se sitúan lejos de ese centro, en la periferia, que irradian del centro. En esta línea, Lakoff propone que los MCI representan el conocimiento que tenemos los hablantes acerca del mundo según nuestras experiencias. No se trata de construcciones idénticas a la realidad, sino que son conceptualizaciones idealizadas, abstractas y simplificadas que se basan en principios estructuradores. Así, los MCI reflejan un conocimiento que es parcial, flexible y sensible a la cultura, y que no siempre contempla adecuadamente los casos especiales o atípicos (Cuenca y Hilferty, 1999).

Gramaticalización y Lexicalización

Teniendo en cuenta una visión dinámica de la lengua, es posible contemplar la gramática como algo que emerge del lenguaje en uso (Hopper, 1987) y que es sensible al cambio lingüístico. Desde esta perspectiva, es posible concebir el fenómeno de gramaticalización, que corresponde al efecto de la fijación de rutinas concretas en el que se le atribuye un “carácter gramatical a una palabra antes autónoma” (Meillet, 1912, pág. 131). Según Hopper y Traugott (2003 [1993], págs. 1-2), a partir de cambios lingüísticos, los elementos léxicos y las construcciones pasan a desempeñar funciones gramaticales en determinados contextos lingüísticos. Por un lado, la gramaticalización es el proceso mediante el cual – con el paso del tiempo y el uso recurrente de los hablantes– las construcciones léxicas se convierten en elementos gramaticales. Con esto, una palabra que originalmente tenía un significado léxico determinado por su categoría gramatical, por ejemplo, un verbo o sustantivo, pierde gradualmente su significado original para convertirse en una marca gramatical, como una preposición, un pronombre o una partícula gramatical. En el marco de la Lingüística Cognitiva, los procesos que suceden para la gramaticalización son principalmente la metáfora y la metonimia. Por su parte, la lexicalización (Dostie, 2004) está orientada hacia la zona lexical, y se trata de la conversión de elementos gramaticales en palabras con significado concreto y específico.

Las construcciones discursivas

El significado resulta central a todos los aspectos de la estructura lingüística, y el lenguaje es inseparable de otros procesos cognitivos más generales. En este sentido, el significado del lenguaje se construye de manera dinámica sobre la base de su uso, y sobre las estructuras conceptuales que se van creando en las mentes de los hablantes. Son, justamente, las formas en que los hablantes eligen para construir sus experiencias las que determinan los discursos y las que, finalmente, activan conceptualizaciones particulares según los objetivos de mensaje (Croft & Cruse, 2004). Dado que las construcciones de lenguaje contienen significado (Goldberg, 1995), su uso repetido en el discurso moldea cómo se enmarcan los eventos, las acciones y las relaciones sociales.

En este trabajo recurriremos a las nociones de (1) gramaticalización, en tanto proceso que ha atravesado el segmento, (2) semántica de marcos para dar cuenta de los contextos en los que han sido producidas las instancias analizadas, y (3) MCI para dar cuenta de los rasgos que resultan salientes de la caracterización que ofrecen las hablantes de “(ser) Susanita”, y así explicitar cómo utilizan estos marcos para expresar y comprender la realidad.

Estado de la cuestión

En esta sección abordamos estudios sobre el nombre desde la tradición logicista, para luego dar cuenta de una propuesta que consideramos superadora a partir de una perspectiva que visualiza la asignación de sentidos a los nombres propios según el conocimiento enciclopédico de los hablantes. Luego, relevamos estudios vinculados con el diminutivo en español, y finalmente presentamos un trabajo sobre el nombre propio.

Las teorías descriptivistas del nombre y la sedimentación enciclopédica de los nombres propios

Kripke (1981) establece que los nombres propios designan a un único portador, y que se trata de designadores rígidos, es decir, de términos que designan al mismo objeto en todos los mundos posibles. La postura de Kripke es actualista, y se compromete con que todo lo que existe está en el mundo real. Asimismo, establece que un nombre propio no asocia a una persona con ciertas propiedades únicas o con identificaciones propias. Por ello, “nombrar no es adscribir características (. . .) a algo: nombrar es ser capaz de designar rígidamente algo, esto es, es posible nombrar igual a alguien, aunque perdiera todas las características, todas las identificaciones que tenemos asociadas a él” (Satne, 2005). El problema de este postulado es que no explica la forma en que una unidad lingüística supuestamente sin sentido refiere a una entidad real en el mundo. Tampoco contempla las asociaciones que hacen los hablantes al percibir un determinado nombre en función de sus conocimientos del mundo. En esta línea de pensamiento, coincidimos con Hernández (2014), quien plantea que:

más allá de su significado denominacional, los nombres propios desempeñan un papel cognitivo (Kleiber, 2007): activan más que el simple reconocimiento de un nombre convencional, brindan acceso a las diferentes facetas de una misma entidad que se presenta en bloque como una síntesis de todos sus aspectos. (p. 486)

Los nombres propios pueden adquirir un valor enciclopédico que condensa datos sobre una persona. El conocimiento que tienen los hablantes sobre el portador del nombre es activado no solo a partir del valor denominativo de los antropónimos, sino también de rasgos que los hablantes le van añadiendo a partir del paso del tiempo, de su interacción con los medios, de las prácticas sociales en general, y de las prácticas discursivas en particular (Hernández, 2014).

El diminutivo del nombre

Entre los trabajos fundacionales sobre el análisis del diminutivo del nombre en español podemos mencionar el de Alonso (1935), quien analizó los valores semánticos y estilísticos de los diminutivos de los nombres fuera de una mera función disminuidora. También hallamos el de Zuloaga Espina (1970), quien contribuye al debate del diminutivo de los nombres a partir de la distinción entre el significado y la realidad extralingüística.

En la misma línea que Alonso (1935), Montes Giraldo (1972) plantea que el diminutivo en español es una categoría esencialmente afectiva, y esta cualidad ha dificultado la identificación de sus funciones. En su trabajo, propone una clasificación, tomando como referencia textos literarios colombianos, lo que –a diferencia de los trabajos anteriores– pone de relieve el uso de los diminutivos en contextos de uso reales, y que dan cuenta de un dialecto latinoamericano.

Si tenemos en cuenta estudios más recientes del diminutivo, podemos decir que estos se han centrado en su descripción semántica y pragmática, en ocasiones con el fin de determinar categorías de uso. Hummel (1997) identifica la predominancia del afecto y de la valoración subjetivo-afectiva en el uso de diminutivos en los nombres, y realiza una aproximación funcional. Adscribe a los diminutivos la función de “apreciativos” al tener en cuenta el uso del lenguaje a partir de la variación que sufren ciertos términos en comparación con aquello que ofrece el sistema de la lengua. En el contexto nacional, Kornfeld (2016) establece que la morfología apreciativa del español permite a los hablantes expresar su subjetividad, y que “disparan matices semánticos difíciles de sistematizar” (p. 1). Establece que –además de las funciones identificadas por Martín Zorraquino (2012) para el uso del diminutivo como reforzador de la cercanía entre los interlocutores– el diminutivo también es usado como elemento de cortesía para atenuar enunciados que podrían ser

lesivos para otros. Los hablantes parecen recurrir a esta forma morfológica para atenuar el impacto negativo de sus declaraciones.

Finalmente, Reynoso Noverón (2005) establece que el uso del diminutivo en español es un fenómeno semántico-pragmático complejo. Recurre a los postulados de Langacker (1985) y Traugott (1989, 1995) para explicar los procesos de subjetivización para dar cuenta del condicionamiento cultural en el uso de esta forma lingüística. A partir del análisis de sus datos, propone un continuum de niveles de involucramiento del hablante con los elementos presentes en la escena discursiva que se hacen evidentes en el uso del diminutivo.

Contexto de aparición del personaje, su personalidad y el proceso de sedimentación del valor calificativo del nombre “Susanita”

Susanita es un personaje creado por Quino el 6 de junio de 1965, y nació como una amiga de Mafalda. Es una niña de 6 años, rubia, que usa un vestido con una remera debajo. Susanita es quizás el personaje más controversial de la tira, en tanto que sus ideas son discriminatorias, raciales, clasistas y exhibe una clara falta de sensibilidad social. Son estas características las que la hacen contrastar con la contestataria, comprometida e idealista Mafalda. Las características de Susanita se van construyendo y acumulando a partir de su aparición repetida en la tira cómica. A modo de ejemplo, y sin intención de profundizar en las ocasiones en que Susanita dice o hace algo que la caracterizan como lo hemos hecho aquí, presentamos la Ilustración 1.

Ilustración 1. Historieta en la que Susanita exhibe su falta de sensibilidad social



Fuente: Toda Mafalda (2007). Ediciones de la Flor. Ministerio de Educación. Argentina

Susanita, en su intento de aliviar su conciencia, imagina realizar una colecta de dinero a partir de su participación en banquetes en los que se ofrecerían platos deliciosos y caros. Con el dinero, sugiere comprar las “porquerías” que comen los pobres a fin de ayudarlos. En su discurso, el hecho de que no se involucre emocionalmente con la situación de desprotección de un determinado sector social permanece completamente inadvertido por ella. Esto da cuenta de una falta de verdadera conciencia social y de su gran frivolidad hacia temas que Mafalda considera relevantes. Asimismo, ella se imagina a sí misma como una “señora” que es socia de una fundación de ayuda al desvalido. Se observa su actitud clasista, al visualizarse como perteneciente a una clase burguesa, adinerada, en la que tiene un papel protagónico y una extensa red de contactos con las mismas características.

Otra característica de Susanita es que proyecta su futuro ligado a la maternidad, como el estereotipo (o prototipo) de madre de muchos niños, ama de casa con una vivienda y un pasar muy acomodados. Nuevamente, sin ser exhaustivos en el análisis de las instancias en la que va construyendo este modelo idealizado de la maternidad, presentamos la Ilustración 2.

Ilustración 2. Historieta en la que Susanita expresa su deseo de ser madre



Fuente: Toda Mafalda (2007). Ediciones de la Flor. Ministerio de Educación. Argentina

En un ejercicio gramatical en el que los estudiantes deben conjugar verbos en los tiempos que les indica la maestra, Susanita responde con un sustantivo. Esta respuesta es inadecuada en términos de precisión disciplinar. Sin embargo, si tenemos en cuenta el conocimiento enciclopédico que un lector frecuente de la tira de Mafalda tiene sobre Susanita, si bien su afirmación resulta sorprendente en términos académicos, no por ello resulta menos esperable. Esto es porque Susanita tiene un gran deseo de ser madre y de tener muchos hijos. De allí que el futuro perfecto —en términos de una realidad experiencial y no del plano abstracto del sistema de la lengua— de amar a alguien es tener hijitos. El MCI de Susanita no acaba solamente en ser madre, sino que también trae aparejado el ser ama de casa y estar casada con un hombre que le provea el bienestar económico que le permita tanto a ella como a toda la familia un pasar cómodo, como se observa a lo largo de la tira de Quino.

Metodología

El presente estudio se enmarca en un enfoque cualitativo debido a nuestro interés por detallar el significado y la función pragmática de un segmento lingüístico específico en su contexto de uso. En consonancia con el objetivo propuesto —realizar una descripción semántico-pragmática de las ocurrencias mediáticas del segmento “(ser) Susanita” (y sus variantes) según su empleo en Argentina—, se privilegia el análisis de datos reales y contextualizados por sobre la generalización estadística. Esta perspectiva permite explorar las formas en que dicho segmento refleja construcciones cognitivas y sociales, así como las valoraciones y experiencias de los hablantes que se manifiestan en discursos mediáticos.

Para nuestro análisis, empleamos el motor de búsqueda Google para identificar instancias del segmento “(ser) Susanita” en la prensa argentina. Recurrimos a los hallazgos detectados por este buscador en los sitios web que ofrecen acceso gratuito a sus noticias, o a un número de ellas, a saber: Infobae, La Nación, UNO, Página 12, Perfil, Crónica Global, Cienradios y Clarín. Los descriptores que utilizamos para llevar a cabo la búsqueda fueron variantes del segmento presentado con el verbo cópula en infinitivo y conjugado en presente y pretérito perfecto simple del indicativo para la primera, segunda y tercera persona del singular. Se contemplaron también variantes semánticas y flexivas del verbo cópula “ser” como “convertirse en”, a partir de la implementación del carácter “~” (virgulilla) antes de los verbos.

La recolección de ejemplos tuvo en cuenta que las instancias (1) fueran relevantes para la construcción lingüística bajo estudio en este trabajo¹, (2) correspondieran a usos reales en

¹ Circunscribimos este trabajo a las instancias halladas en medios argentinos ya que en otras culturas puede existir una saliencia del mismo nombre por otros motivos. Dejamos de lado derivaciones que puede suscitar este nombre, como es el caso de “susanizarse” por la influencia política de Susana Díaz en Andalucía, España. Asimismo, en este acercamiento no abordamos el nombre de Susana Giménez y sus derivaciones, como “susanizarse”, a pesar de la amplia influencia de la actriz y conductora de televisión argentina.

- (1) Yani se resiste un poco y se ríe: “*No soy la típica Susanita*, pero capaz que sí...para la próxima etapa puede ser. No me niego”. [IB06]

En el ejemplo 2, y desde un análisis formalista, podemos observar que el sustantivo en diminutivo cumple con una función nominal.

- (2) *Me convertí en una Susanita ahora*, antes yo no era así. [LN01]

El comportamiento nominal de “Susanita” es evidente en su función núcleo del sintagma nominal, el cual es el término de la preposición “en”. Sin embargo, el sustantivo se perfila en su función adjetiva, incluso cuando un abordaje de su estructura arroja argumentos a favor de su categorización como sustantivo. La hablante menciona que ella “antes no era así”, y a partir del déictico “así” hace referencia a “Susanita”. El empleo del adverbio de modo sugiere la referencia a una forma de ser. De esa manera se evoca que ella exhiba las características más sobresalientes de Susanita. En este uso podemos observar cómo se produce el pasaje de nombre propio a adjetivo calificativo.

En (3), el nombre propio “Susanita” desempeña la función sintáctica de núcleo de un predicativo obligatorio, por la presencia del verbo copulativo “ser”.

- (3) *Soy Susanita*. [PAG01]

Esa función predicativa puede ser realizada tanto por un sustantivo como por un adjetivo. Es por ello que ubicamos este ejemplo en el medio del continuum [+sustantivo] [+adjetivo].

El ejemplo (4) contribuye a constatar el uso del nombre propio “Susanita” como adjetivo.

- (4) De “*lo Susanita*” que es Ángela y de cuánto “le gustaría tener seis bebés”. [IB06]

El pasaje de sustantivo a adjetivo se pone en evidencia por la presencia del artículo neutro definido “lo” en su función enfática de cuantificador. El uso del artículo neutro permite enfatizar alguna propiedad o característica de un ente que es poseída por este en sumo grado, la cual se reserva para los adjetivos y adverbios (RAE, 2012: 275).

Finalmente, presentamos el ejemplo (5), que ilustra con claridad el extremo del continuum en el no hay lugar a dudas que “Susanita” se comporta como adjetivo.

- (5) *Soy muy Susanita*, sueño con casarme y tener hijos. [LN02]

Esto sucede porque “Susanita” en función adjetiva está modificado por el adverbio cuantificativo “muy”, que expresa cantidad, grado o intensidad. El adverbio como clase de palabra solo puede modificarse a sí mismo, o modificar al verbo y al adjetivo. Que el nombre propio esté graduado por un adverbio pone en evidencia que el sustantivo ha perdido su capacidad identificadora y ha pasado a designar una serie de atributos o cualidades, lo que lo convierte en un adjetivo.

MCI de “(ser) Susanita”

En esta sección abordamos el detalle del segmento “(ser) Susanita”. Cabe mencionar que – en la mayoría de los casos hallados– el uso lingüístico es llevado a cabo por personalidades mediáticas de la farándula o el arte televisivo o cinematográfico argentino, tales como Lali Espósito, Silvina Luna, Gloria Carrá, Carina Zampini, Gegé Neumann, entre otras. Para comenzar, nos valdremos del análisis de algunos ejemplos que hemos seleccionado para mostrar los usos más frecuentes. Luego, recurriremos a otros para exhibir algunos usos particulares. El ejemplo (6) condensa los valores que hemos encontrado más frecuentemente en nuestras instancias.

- (6) Yo admito que *soy muy Susanita*: sueño con el vestido blanco, la fiesta y la Luna de Miel, quiero ser mamá de varios hijos. [CLA1]

Podemos observar que la hablante se atribuye a sí misma el “ser muy Susanita”, que, en este caso, significa casarse y tener varios hijos. Asimismo, presenta la secuencia de eventos (casarse, irse de luna de miel y tener hijos) en el orden lineal que establece el mandato tradicional y las expectativas sociales. Esto da cuenta de la configuración de “escena” (Fillmore, 1982) con la que cuenta la hablante, así como su conformidad con el modelo tradicional predefinido de matrimonio y familia asociado con Susanita, el personaje icónico que encarna estos valores en la cultura popular. Sin embargo, de manera distinta a este ejemplo, en (7) observamos que la hablante se califica como “cero Susanita”, lo que significa no casarse.

- (7) Respecto al amor, está en pareja hace dos años con el empresario Joaquín Rozas y confesó que dejó un poco la noche para hacer más una vida en pareja. “¡No me voy a casar! Puedo estar con alguien, convivir, tener hijos, pero no, no es mi sueño para nada. *Soy cero Susanita*”, disparó y ahí se asemejó con su abuela, quien nunca más volvería a hacerlo. [IB04]

Según la hablante, ella puede tener hijos, vivir en pareja, e inclusive tener hábitos diurnos, lo que se asemeja a la construcción tradicional de mujer del ejemplo (6), aunque para ser “cero Susanita”, la diferencia radica en no casarse. En este uso, su deseo de permanecer soltera significa “ser cero Susanita”, a pesar de que los hábitos y costumbres que detalla la hablante puedan asemejarse en buena medida a los de una mujer casada.

Al contrario de la hablante anterior, la única cualidad que destaca la hablante en el ejemplo (8) acerca de “ser re Susanita” no es solamente estar casada, sino también ser monógama.

- (8) Yo amo la monogamia, *soy re Susanita* en ese sentido. Esto me parece un montón, lo banco igual, es un estilo de vida. [LN6]

En este caso, observamos que ella se identifica también con los valores tradicionales del matrimonio de occidente ya que “ama” la monogamia.

Una vez más, para dar continuidad a esta construcción discursiva que se ofrece desde los medios, proponemos el ejemplo (9). Este contribuye a la consolidación del uso de “ser Susanita”, aunque expresa significados más amplios que aquellos estrictamente ligados a la maternidad o a la dedicación exclusiva a la familia.

- (9) La serie problematiza la educación sentimental de las mujeres que nos arrastra al sacrificio personal y a la renuncia para conseguir que nos quieran. Cuestiona el síndrome de la sirenita y pone en duda que el norte de la vida de toda mujer sea convertirnos en *Susanitas*. Una serie que pone sobre la mesa la discusión sobre la maternidad, el deseo y los mandatos para con las mujeres es un feminismo bienvenido, un refrescante aire no dogmático con el cual enfrentar las contradicciones y tratar de resolverlas con el menor sufrimiento posible. [PER3]

El ejemplo ha sido extraído de una noticia sobre la serie televisiva “Envidiosa”, disponible en la plataforma Netflix². En el análisis que se realiza sobre la serie, “convertirse en Susanitas” no refiere aquí a una en particular, como hemos observado en ejemplos anteriores, sino que se emplea de manera generalizada para aludir a las mujeres como conjunto. Aquí el uso del plural contribuye de manera central a expresar la generalización, ya que refiere a las mujeres en general, en tanto rol hegemónico desde una concepción patriarcal. En esta ocasión, el uso del segmento bajo estudio resulta particularmente significativo, ya que encapsula en una unidad breve y concisa una multiplicidad de significados culturales ampliamente compartidos por los hablantes. Desde la lingüística cognitiva, este fenómeno puede entenderse como la activación de una imagen mental compleja que condensa múltiples expectativas culturales bajo la etiqueta “Susanita”. A su vez, funciona de puente discursivo al contraponer estos valores tradicionales con cuestionamientos más contemporáneos como la búsqueda activa de los propios anhelos, la conquista de una identidad personal y/o profesional, y una redefinición de la felicidad fuera del modelo clásico de la maternidad, de la pareja y de la vida familiar. Desde una perspectiva gramatical de los segmentos bajo estudio, observamos que algunas de las instancias presentan una modalización epistémica y axiológica a partir del uso de intensificadores como ‘muy’, ‘re’ o ‘cero’ en torno al segmento ‘ser Susanita’. Esta gradación configura una estrategia de modalización evaluativa, mediante la cual se posicionan frente a modelos tradicionales de feminidad.

A diferencia de los ejemplos anteriores, (10) exhibe un rasgo distinto de lo que implica “ser Susanita”, ya que la hablante hace referencia a las habilidades y tareas manuales que ella ha realizado en su rol de ama de casa y de madre.

- (10) Todo lo que tiene que ver con la manualidad. La repostería, la torta, la decoración, postres... Hago las tortas de mi hijo. Ahora porque está grande, tiene 16 años, pero cuando era chiquito me pasaba días enteros haciendo con porcelana fría muñequitos y cosas para adornarle la torta. *Soy re Susanita*. Me encanta. [LN3]

La enumeración de las actividades que la hablante ha realizado para agasajar a su hijo da cuenta de su dedicación, especialmente si tenemos en cuenta que el desarrollo de estas tareas consume grandes cantidades de tiempo. Ella parece haber preferido hacerlas a pesar de que dispusiera del dinero para comprar todo hecho. Este marco conceptual contrasta marcadamente con una mujer profesional que invierte mucho tiempo en su trabajo, y que teniendo los recursos económicos para comprar la torta y la decoración, prefiere conseguir todo ya resuelto. En este ejemplo se destaca también el rasgo de dedicación hacia los hijos

² *Envidiosa* es una comedia dramática argentina de Netflix protagonizada por Griselda Siciliani, que narra la historia de Vicky, una mujer de casi 40 años que, tras separarse de su pareja de una década, enfrenta una crisis personal al ver cómo sus amigas avanzan en sus vidas mientras ella busca redefinir la suya. La serie, escrita por Carolina Aguirre y dirigida por Gabriel Medina, combina humor y reflexión para explorar temas como la presión social, la búsqueda de la felicidad y el autodescubrimiento. Vicky intenta conseguir sus objetivos personales de casarse, formar una familia y tener hijos, mientras disfruta de estabilidad económica.

y a satisfacer sus necesidades al realizar por sí misma las tareas de cuidado en lugar de pagar a otros para que las hagan por ella.

Como último ejemplo de nuestro análisis, proponemos el ejemplo (11), que se diferencia de los anteriores porque la hablante destaca el valor de la determinación en el personaje de Susanita, a pesar de que se trata de un rasgo que no necesariamente aparece siempre asociado al estereotipo tradicional de mujer/esposa/madre/ama de casa.

(11) Sofi siempre tuvo carácter fuerte y estuvo bien plantada. Sabe muy bien lo que quiere. Me marcó el camino muchas veces... *Siempre fue muy Susanita, como yo.* Además, hace unos años descubrió que le gustaba cuidar su cuerpo y hoy es una bomba. [UNO1]

La hablante califica a su hija como que “siempre fue muy Susanita”, y hace referencia a que tiene una personalidad decidida, ya que tiene “carácter fuerte” y “está bien plantada”. Estas expresiones tienen una connotación positiva, y dan cuenta de la admiración de la hablante por quien es objeto de sus elogios. Se trata de una mujer con una postura sólida, equilibrada y capaz de manejarse adecuadamente en una variedad de situaciones. También hace referencia a que ella es segura de sí misma y tiene la capacidad de enfrentarse a situaciones adversas de manera exitosa.

Como síntesis de nuestros hallazgos, proponemos la Ilustración 3, en la que intentamos exhibir de manera gráfica una gradación de las cualidades centrales de “ser Susanita”, y se organiza desde un centro hacia la periferia (Lakoff, 1987). Los colores más intensos, así como el tamaño de los círculos, dan cuenta de la saliencia de atributos hallados en el corpus. Allí, los colores más oscuros y más grandes representan los atributos más salientes.

Ilustración 4. Modelo de categoría radial de “ser Susanita” según nuestro corpus



Fuente: Elaboración propia

La Ilustración 4 exhibe la estructura de una categoría radial para “(ser) Susanita”, en la que el significado básico es estar casada y tener hijos. Como planteamos en la sección sobre el

análisis del personaje en sí mismo, observamos que, a partir del uso, se ha dado la asociación casi automática entre Susanita y el MCI de casamiento y maternidad. Asimismo, hemos observado en todos los ejemplos que el sustantivo “Susanita” se perfila como adjetivo en los contextos de uso (Langacker, 1987), con lo cual de la unidad lingüística en tanto sustantivo se ha seleccionado una parte de su estructura conceptual más amplia para ser usado como un adjetivo. En otras palabras, y desde una perspectiva gramatical, observamos que “Susanita” opera como un adjetivo, cuya función es la de atribuir cualidades al sujeto gramatical mediante una referencia cultural compartida.

Proceso de pragmaticalización

Habiendo detallado el proceso de gramaticalización en (5.1), y de haber detallado los elementos contextuales que parecen subyacer a las percepciones de las hablantes y que moldean su uso del segmento “(ser) Susanita”, se observa que el sustantivo ha sido también pragmaticalizado (Company Company, 2016). “Susanita” ha sufrido un cambio lingüístico por el cual el sustantivo ha asumido una función discursiva o pragmática. Así, es usado para una serie de funciones, como organizar la información en el discurso al seleccionar sólo dos rasgos del personaje en cuestión: el rol maternal y el estatus marital “casada”; marcar la actitud de las hablantes, como el grado de certeza al calificarse como “muy” Susanitas y sus deseos de ser madres; y principalmente guiar la interpretación del enunciado, dado que se refuerzan los valores maritales y de maternidad en el contexto circundante, a la vez que excluyen otros valores del personaje. Observamos, también, una pérdida semántica de su significado original de designar a una persona única, en tanto diminutivo de un sustantivo propio, el cual se desvanece en favor de una función pragmática. Las hablantes han recurrido a la forma “ser Susanita” para usar el segmento en contextos específicos, y han generado implicaciones que son entendibles para un oyente que comparte con ellas un conocimiento enciclopédico del personaje de Quino. Dado que hemos encontrado un cúmulo de instancias de este segmento en medios argentinos, consideramos que este uso ya ha sido difundido y socializado en Argentina.

El proceso subyacente a la lexicalización y la pragmaticalización es la metonimia por antonomasia (Fontanier, 1977). A partir del uso del segmento, las hablantes se califican a sí mismas o identifican a otras mujeres con la maternidad o su estado civil de casadas, con lo que refieren sólo a una parte de las cualidades de la personalidad de Susanita a partir de la selección de sus rasgos sobresalientes (casamiento/maternidad). Dada la elevada proporción de instancias en nuestro corpus, ser madre y haberse casado parecen ser mutuamente necesarias para el prototipo de mujer que es calificada como “Susanita”. En consecuencia, estos atributos resultan centrales al ejemplar. Desde el enfoque de la categorización prototípica (Rosch, 1973a), estos atributos conforman el núcleo central del prototipo de “Susanita”. Los usos del segmento claramente dejan de lado otras características del personaje de Quino, como su falta de sensibilidad social hacia los sectores social y económicamente vulnerados. Asimismo, hallamos en el corpus otros usos que parecen vincularse solamente con una de esas características, con las habilidades manuales esperables de una madre que es también ama de casa, o con la determinación y dedicación que exhibe Susanita en cumplir los objetivos que se propone. Teniendo en cuenta la baja frecuencia con que suceden, estas parecen constituir características menos prototípicas y periféricas.

Finalmente, y en un intento de hacer una interpretación más amplia del uso del diminutivo, consideramos que este recurso ha sido empleado por Quino con el fin de potenciar no solo las cualidades de Susanita en tanto prototipo tradicional de una mujer que quiere ser una madre dedicada, sino también de rasgos característicos de otros personajes que acompañaron a su icónica Mafalda a lo largo de la tira cómica. Las hablantes que han hecho uso del segmento se visualizan como sujetos dinámicos y fluctuantes (Cucatto, 1998), cuya caracterización surge de un proceso de interacción con el entorno. A partir del conocimiento

de los emisores textuales sobre el personaje de Quino, de su involucramiento con los medios, y de su participación discursiva con el uso del segmento se construye un esquema mental en el proceso de simbolización del lenguaje. Este condensa y actualiza sistemas culturales de creencias, valores y mandatos de género a partir de una forma breve pero muy potente y altamente cargada de sentido. Su empleo estratégico dentro del discurso mediático y cultural contemporáneo no solo da cuenta de la persistencia de ciertos esquemas tradicionales, sino que también crea nuevos modos de interpelación identitaria que buscan problematizar y resistir esos esquemas.

Conclusiones

En este trabajo, hemos descrito el proceso de lexicalización y gramaticalización del nombre propio en forma diminutiva “Susanita” en los ejemplos de nuestro corpus cuando es usado de manera atributiva al hacer referencia a mujeres. Adquiere un valor calificativo y se comporta simultáneamente como nombre común en referencia por antonomasia al personaje de Quino y como adjetivo al referirse a personas reales. Resulta claro, entonces, cómo la nominación “Susanita” activa una pluralidad de rasgos asociados intersubjetivamente con la portadora del nombre en la tira cómica a partir del conocimiento que circula sobre su personalidad. Estos atributos son asociados con personas reales, sus estilos de vida y sus deseos, especialmente aquellos vinculados con su deseo de tener hijos y su visión tradicional de la familia.

En las instancias analizadas en este trabajo, las hablantes representan sus realidades desde su perspectiva subjetiva, las integran conceptualmente y les dan una traducción lingüística tan sintética como “ser Susanita” para abarcar una vastedad de significados sociales, culturales e ideológicos. Estos están vinculados específicamente con roles históricamente asociados con las mujeres, tales como una maternidad deseada, un ideal tradicional de familia, e incluso una visión conservadora sobre los roles de género.

Los nombre propios, incluso Susanita, tienen designados únicos. En este sentido, para poder interpretar la gramaticalización de este nombre propio en construcciones adjetivas o de cópula, es necesario conocer la Susanita de la tira como designado único. Sin esta relación, no hay posibilidad de comprender qué quiere decir “soy muy Susanita”. El análisis de los datos establece la clara limitación de concebir los sustantivos propios y sus diminutivos como una designación rígida de alguien, en este caso el personaje denominado “Susanita”. Por el contrario, este nombre propio en diminutivo acarrea valores semánticos, pragmáticos y culturales que han sido sedimentados culturalmente a partir de prácticas sociales, como son la lectura de la tira cómica y el uso del segmento analizado en los medios. Esto ocurre porque se entiende “Susanita” no como un designado, sino como una metonimia a partir de la cual, el nombre propio se perfila como un adjetivo. Aquí hemos detectado el uso de “ser (muy/cero/una/re) Susanita” en un corpus reducido de instancias obtenidas en medios de comunicación argentinos.

A pesar de que el valor atributivo del segmento podría traer a la mente otras posibilidades evidenciadas en los comportamientos del personaje de las tiras cómicas de Quino, como es su falta de sensibilidad social, hemos detectado que su uso en medios argentinos se vincula inequívocamente con su deseo de ser madre y tener muchos hijos. Este hallazgo es especialmente interesante si tenemos en cuenta que el personaje exhibe otros rasgos, que podrían haber sido también empleados por los/las hablantes. La selección y fijación de este atributo en particular da cuenta no solo de un fenómeno lingüístico, sino también de un proceso de selección cultural que privilegia ciertos valores en función de otros, tales como los debates contemporáneos sobre género, maternidad y autonomía femenina. Resultaría interesante investigar si el uso de “ser Susanita” detallado aquí es consistente en registros más informales y espontáneos, en poblaciones menos expuestas mediáticamente como en conversaciones cotidianas, redes sociales o foros digitales. Para concluir, el análisis de “ser Susanita” arroja luz sobre las posibilidades y las potencialidades que ofrece el lenguaje en

tanto manifestación de modelos mentales colectivos que son vigentes, están contextualmente situados, y participan, organizan y resignifican la vida social.

Anexo

Tabla 1. Sistematización del segmento “(ser) Susanita” usado como adjetivo.

<i>Nro. corpus</i>	<i>Texto previo</i>	<i>Segmento</i>	<i>Texto posterior</i>
1. CLA1	Yo admito que <i>soy muy</i>	Susanita:	sueño con el vestido blanco, la fiesta y la Luna de Miel, quiero ser mamá de varios hijos.
2. IB02	Siempre <i>fui</i> bastante tradicional y	Susanita",	asegura la modelo y actual conductora de Mansiones Argentinas.
3. IB03	Quizás es algo que no me imaginé porque yo <i>era cero</i>	Susanita	y de pensarlo, me ahogaba.
4. IB04	<i>Soy cero</i>	Susanita",	disparó y ahí se asemejó con su abuela, quien nunca más volvería a hacerlo.
5. IB06	De “ <i>lo</i> ”	Susanita”	que es Ángela y de cuánto “le gustaría tener seis bebés”.
6. IB07	Me había creído tan Mafalda y por la infertilidad <i>me descubrí</i>	Susanita.	
7. LN02	<i>Soy muy</i>	Susanita,	sueño con casarme y tener hijos.
8. LN03	<i>Soy re</i>	Susanita,	me encanta.
9. UNO1	Siempre <i>fue muy</i>	Susanita,	como yo.
10. UNO2	En el fondo siempre <i>fui medio</i>	‘Susanita’,	pero después en las relaciones no se dio.
11. UNO3	<i>Soy cero</i>	Susanita	
12. LN06	Yo amo la monogamia, <i>soy re</i>	Susanita	en ese sentido.
14. PAG01	<i>Soy</i>	Susanita.	
15. CRA01	<i>Soy muy</i>	Susanita,	creo en el amor para toda la vida y respeto a la familia por encima de todo”.

Referencias bibliográficas

- Alonso, A. (1935). *Noción, emoción, acción y fantasía en los diminutivos*. Madrid: Gredos.
- Company Company, C. (2016). "Gramaticalización y cambio sintáctico". En J. Gutiérrez-Rexach, *Enciclopedia de Lingüística Hispánica* (págs. 515-526). London: Routledge.
- Croft, W. & Cruse, D. D. (2004). *Cognitive Linguistics*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Cuenca, M. & Hilferty, J. (1999). *Introducción a la lingüística cognitiva*. Barcelona: Ariel.
- Cucatto, M. (1998). "De la Lingüística Cognitiva al Análisis del Discurso". *RASAL. Revista de la Sociedad Argentina de Lingüística*, 1, 53-65.
- Dostie, G. (2004). 2004. Bruxelles: De Boeck/Duculot.
- Fillmore, C. (1982). "Frame Semantics". En L. S. Korea (Ed.), *Linguistics in the Morning Calm* (2006 ed., págs. 111-138). Seoul: Seoul Hanshin Pub. Co.
- Fontanier, P. (1977). *Les figures du discours*. Paris: Flammarion.
- Goldberg, A. (1995). *Constructions: A Construction Grammar approach to argument structure*. Chicago: University of Chicago Press.
- Hernández, P. (2014). "'Je sens que ça va partir en Houellebecq ce truc": sur le sens des noms d'écrivain en syntagme prépositionnel". *HAL Open Science*, 483-498.
- Hopper, P. (1987). "Emergent grammar". *Proceedings of the Thirteenth Annual Meeting of the Berkeley Linguistics Society* (193-157). Berkeley, California: Linguistic Society of America.
- Hopper, P. & Traugott, E. C. (2003 [1993]). *Grammaticalization* (2da ed.). Cambridge: Cambridge University Press.
- Hummel, M. (1997). "Para la lingüística de vuestro diminutivo: los diminutivos como apreciativos". *Anuario de Estudios Filológicos*(20), 191-210.
- Kornfeld, L. (2016). Una propuestita astutita: el diminutivo como recurso atenuador». *Revista Internacional de Lingüística Iberoamericana (RILI)*, 14(27), 123-136.
- Kripke, S. (1981). *Naming and necessity*. Blackwell: Oxford.
- Lakoff, G. (1987). *Women, Fire, and Dangerous Things: What Categories Reveal about the Mind*. Chicago: Chicago University Press.
- Langacker, R. (1987). *Foundation of Cognitive Grammar (Vol. 1). Theoretical Prerequisites*. Stanford: Stanford University Press.
- Martín Zorraquino, M. A. (2012). "Sobre los diminutivos en español y su función en una teoría de la cortesía verbal (con referencia especial a un cuento de Antonio de Trueba)". En T. Jiménez Juliá, B. López Meirama, V. Vázquez Rozas & A. Veiga Rodríguez, *Cum corde et in nova grammatica (estudios ofrecidos a Guillermo Rojo)* (555-569). Santiago de Compostela: USC.
- Meillet, A. (1912). "L'évolution des formes gramaticales". En *Linguistique Historique et Linguistique générale*. Paris: Champion.
- Montes Giraldo, J. J. (1972). "Funciones del diminutivo en español: ensayo de clasificación". *Thesaurus*, 27(1), 71-88.
- RAE (2012). *Manual de la Nueva Gramática de la Lengua Española*. Editorial Espasa.

Reynoso Noverón, J. (2005). "Procesos de gramaticalización por subjetivización: el uso del diminutivo en español". En D. Eddington (Ed.), *Selected Proceedings of the 7th Hispanic Linguistics Symposium* (págs. 79-86). Somerville, MA, USA: Cascadilla Proceedings Project.

Rosch, E. (1973a). "Natural categories". *Cognitive Psychology*, 4(3), 328-350. Recuperado de: [https://doi.org/10.1016/0010-0285\(73\)90017-0](https://doi.org/10.1016/0010-0285(73)90017-0)

Rosch, E. (1973b). "On the Internal Structure of Perceptual and Semantic Categories". En T. Moore, *Cognitive Development and Acquisition of Language* (111-144). New York: Academic.

Rosch, E. (1975). "Cognitive representations of semantic categories". *Journal of Experimental Psychology: General*, 104(3), 192-233. Recuperado de: <https://doi.org/10.1037/0096-3445.104.3.192>

Satne, G. (2005). "Por qué los nombres propios no tienen sentido". *Virtualia. Revista digital de la Escuela de la Orientación Lacaniana*, 2-5.

Traugott, E. (1989). "On the Rise of Epistemic Meanings in English: An Example of Subjectification in Semantic Change". *Language*, 65(1), 31-55. Recuperado de: <https://doi.org/10.2307/414841>

Traugott, E. (1995). "Subjectification in grammaticalization". En D. Stein (Ed.), *Subjectivity and Subjectivisation. Linguistic perspectives* (31-54). Cambridge, UK: Cambridge University Press.

Zuloaga Espina, A. (1970). *La función del diminutivo en español*. Thesaurus, XXV.

Cita sugerida: Mirallas, C. y Corradis, M. (2025) (Ser) 'Susanita' como construcción discursiva: un estudio semántico, pragmático y cognitivo de su uso en medios argentinos, Vol. 15, Nº 24, 70-86. San Luis: Departamento de Educación y Formación Docente, Universidad Nacional de San Luis. <http://www.argonautas.unsl.edu.ar/>



Recibido: 28 de abril de 2025

Aceptado: 20 de mayo de 2025