



PHILOLOGIA HISPALENSIS

ESTUDIOS LINGÜÍSTICOS

PHILOLOGIA HISPALENSIS

AÑO 2026
VOL. XL/1

ESTUDIOS LINGÜÍSTICOS



FACULTAD DE FILOLOGÍA
UNIVERSIDAD DE SEVILLA

EVALUACIÓN DE ORIGINALES: Los originales se someten a una evaluación ciega, un proceso anónimo de revisión por pares, siendo enviados a evaluadores externos y también examinados por los miembros del Consejo de Redacción y/o los especialistas del Consejo Asesor de la Revista.

PERIODICIDAD: Anual en formato tradicional y en formato electrónico.

PUBLICACIÓN EN INTERNET: <<https://editorial.us.es/es/revistas/philologia-hispalensis>>, <<https://revistascientificas.us.es/index.php/PH>>.

BASES DE DATOS: *Philologia Hispalensis* se encuentra indexada en CARHUS Plus+2018, CIRC (grupo A), DIALNET, DOAJ, Dulcinea, Index Islamicus, Latindex 2.0 (100% de los criterios cumplidos), MIAR (ICDS 2022 = 10), MLA, REDIB, SCOPUS, ERIHPLUS y ANVUR (Clase A). Asimismo, cuenta con el sello de calidad de la FECYT (8ª edición, 2023, renovado en 2024 y en 2025 y válido hasta 2027) en los campos de conocimiento Lingüística y Literatura dentro de la modalidad Humanidades.

ENVÍO DE ORIGINALES Y SUSCRIPCIONES: Las colaboraciones deben enviarse a través de <<https://revistascientificas.us.es/index.php/PH>>.

DIRECCIÓN DE CONTACTO: Secretariado de la Revista *Philologia Hispalensis*, Facultad de Filología, Universidad de Sevilla, C/ Palos de la Frontera, s/n, 41004 Sevilla; o bien al correo electrónico <philhisp@us.es>.

INTERCAMBIOS O CANJES (BIBLIOTECAS UNIVERSITARIAS): Solicitense a Editorial Universidad de Sevilla o al Secretariado de la revista <philhisp@us.es>.

© Editorial Universidad de Sevilla

Financiación: Revista financiada por la Universidad de Sevilla dentro de las ayudas del VII PPIT-US y del Decanato de la Facultad de Filología.

PORTADA: referencias.maquetacion@gmail.com

DEPÓSITO LEGAL: SE-354-1986

ISSN: 1132 - 0265 / eISSN 2253-8321

Maquetación: referencias.maquetacion@gmail.com

IMPRIME: Podiprint

DISTRIBUYE: Editorial Universidad de Sevilla, Porvenir, 27, 41013 Sevilla

Licence Creative Commons Atribución/Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional (CC BY-NC-SA 4.0)



EQUIPO EDITORIAL

Directora: Yolanda Congosto Martín, Universidad de Sevilla, España
Secretaría: Leyre Martín Aizpuru, Universidad de Sevilla, España
Editora: Salomé Lora Bravo, Universidad de Sevilla, España
Coordinadora de Reseñas: M. Amparo Soler Bonafont, Universidad Complutense de Madrid, España
Difusión en redes sociales: Blanca Jiménez Coca (coord.), Universidad de Sevilla, España
Sara Blanco López (ayudante), Universidad Complutense de Madrid, España
Consejo de Redacción: Gema Areta Marigó, Universidad de Sevilla, España
Elisabetta Carpitelli, Université Stendhal - Grenoble Alpes, France
María Auxiliadora Castillo Carballo, Universidad de Sevilla, España
Antonio Luis Chaves Reino, Universidad de Sevilla, España
Marianna Chodorowska-Pilch, University of Southern California, USA
Yves Citton, Université Paris 8 Vincennes-Saint Denis, France
Ninfa Criado Martínez, Universidad de Sevilla, España
Isabel María Íñigo Mora, Universidad de Sevilla, España
Manuel Maldonado Alemán, Universidad de Sevilla, España
Daniela Marcheschi, Università degli Studi di Perugia, Italia
Pedro Martín Butragueño, Colegio de México, México
Miguel Ángel Quesada Pacheco, Universitetet i Bergen, Norge
Angelica Valentinetti, Universidad de Sevilla, España
Alf Monjour, Universität Duisburg-Essen, Deutschland
María José Osuna Cabezas, Universidad de Sevilla, España
Fátima Roldán Castro, Universidad de Sevilla, España
Antonio Romano, Università degli Studi di Torino, Italia
Juan Pedro Sánchez Méndez, Université de Neuchâtel, Suisse
María Luisa Siguán Boehmer, Universitat de Barcelona, España
José Solís de los Santos, Universidad de Sevilla, España
Modesta Suárez, Université de Toulouse-Le Mirail, France
María Ángeles Toda Iglesia, Universidad de Sevilla, España
José Agustín Vidal Domínguez, Universidad de Sevilla, España
María Jesús Viguera Molins, Universidad Complutense de Madrid, España
Adamantía Zerva, Universidad de Sevilla, España

COMITÉ CIENTÍFICO

Juan Francisco Alcina Rovira, Universitat Rovira i Virgili, España
Gerd Antos, Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg, Deutschland
Gianluigi Beccaria, Università degli Studi di Torino, Italia
Isabel Carrera Suárez, Universidad de Oviedo, España
Carmen Herrero, Manchester Metropolitan University, England
Anna Housková, Univerzita Karlova, Česká Republika
Dieter Kremer, Universität Trier, Deutschland
Xavier Luffin, Vrije Universiteit Brussel, Belgique
Roberto Nicolai, Sapienza - Università di Roma, Italia
Marie-Linda Ortega, Université Sorbonne Nouvelle - Paris 3, France
Deborah C. Payne, American University, USA
Carmen Silva-Corvalán, University of Southern California, USA
Alicia Yllera Fernández, UNED, España

CONSEJO ASESOR

ESTUDIOS ÁRABES E ISLÁMICOS

Eva Lapiedra Gutiérrez, Universidad de Alicante, España

Pablo Beneito Arias, Universidad de Murcia, España

Carmelo Pérez Beltrán, Universidad de Granada, España

FILOLOGÍA ALEMANA

Georg Pichler, Universidad de Alcalá, España

Marta Fernández-Villanueva Jané, Universitat de Barcelona, España

María José Domínguez, Universidade de Santiago de Compostela, España

FILOLOGÍA CLÁSICA - LATÍN

Jesús Luque Moreno, Universidad de Granada, España

José Luis Moralejo Álvarez, Universidad de Alcalá de Henares, España

Eustaquio Sánchez Salor, Universidad de Extremadura, España

FILOLOGÍA CLÁSICA - GRIEGO

Didier Marcotte, Université Sorbonne Paris, France

Maurizio Sonnino, Sapienza-Università di Roma, Italia

Stefan Schorn, Université Catholique de Louvain, Belgique

FILOLOGÍA FRANCESA

Dolores Bermúdez Medina, Universidad de Cádiz, España

Monserrat Serrano Mañes, Universidad de Granada, España

María Luisa Donaire Fernández, Universidad de Oviedo, España

FILOLOGÍA ITALIANA

Giovanni Albertocchi, Universitat de Girona, España

Cesáreo Calvo Rigual, Universitat de València - IULMA, España

Margarita Borreguero Zuloaga, Universidad Complutense de Madrid, España

LENGUA ESPAÑOLA

José Antonio Bartol Hernández, Universidad de Salamanca, España

Antonio Salvador Plans, Universidad de Extremadura, España

Antonio Briz Gómez, Universitat de València, España

LENGUA INGLESA

Emilia Alonso Sameño, Ohio University, USA

Carmen Gregori Signes, Universitat de València, España

Nuria Yanez-Bouza, Universidade de Vigo, España

LINGÜÍSTICA

Ángel López García, Universitat de València, España

Eugenio Martínez Celdrán, Universitat de Barcelona, España

Juan Carlos Moreno Cabrera, Universidad Autónoma de Madrid, España

LITERATURA ESPAÑOLA

Pedro M. Cátedra, Universidad de Salamanca, España

Flavia Gherardi, Università degli Studio di Napoli Federico II, Italia

Leonardo Romero Tobar, Universidad de Zaragoza, España

LITERATURA HISPANOAMERICANA

Teodosio Fernandez, Universidad Autónoma de Madrid, España

Noé Jitrik, Universidad de Buenos Aires, Argentina

Edwin Williamson, Oxford University, Inglaterra

LITERATURA INGLESA

Luis Alberto Lázaro Lafuente, Universidad Alcalá de Henares, España

Ricardo Mairal Usón, UNED, España

Carme Manuel Cuenca, Universitat de València, España

TEORÍA DE LA LITERATURA

José Domínguez Caparrós, UNED, España

Antonio Garrido Domínguez, Universidad Complutense de Madrid, España

Isabel Paraíso Almansa, Universidad de Valladolid, España

REVISORES DEL VOLUMEN 40, NÚMERO 1 (2026). ESTUDIOS LINGÜÍSTICOS

Han actuado como revisores anónimos para uno o más artículos de este número, tanto los aceptados como los rechazados, los siguientes investigadores:

Agustín Llach, María del Pilar (Universidad de La Rioja)
Álvarez Torres, Vanesa (Universidad de Cádiz)
Ávila Muñoz, Antonio Manuel (Universidad de Málaga)
Bartol Hernández, José Antonio (Universidad de Salamanca)
Bastardín Candón, Teresa (Universidad de Cádiz)
Carbonero Cano, Pedro (Universidad de Sevilla)
Castillo Carballo, María Auxiliadora (Universidad de Sevilla)
Correa Rodríguez, José Antonio (Universidad de Sevilla)
del Barrio de la Rosa, Florencio (Università Ca' Foscari Venezia, Italia)
del Rey Quesada, Santiago (Universidad de Sevilla)
Esteba Ramos, Diana (Universidad de Málaga)
Extremera Pérez, Belén (Universidad de Málaga)
Fernández dos Santos, Mirta (Universidade do Porto, Portugal)
Fernández Juncal, María Carmen (Universidad de Salamanca)
Galloso Camacho, María Victoria (Universidad de Huelva)
García Platero, José Manuel (Universidad de Sevilla)
Guerrero Ramos, Gloria (Universidad de Málaga)
Guzmán-Simón, Fernando (Universidad de Sevilla)
Heredia Mantis, María (Universidad de Granada)
Jiménez Catalán, Rosa María (Universidad de La Rioja)
León-Castro Gómez, Marta (Universidad de Sevilla)
Lerma Sanchis, María Dolores (Universidade do Minho, Portugal)
Luján Martínez, Eugenio Ramón (Universidad Complutense de Madrid)
Martínez Lara, José Alejandro (Universidad Adolfo Ibáñez, Chile)
Méndez García de Paredes, Elena (Universidad de Sevilla)
Montero Curiel, María Pilar (Universidad de Extremadura)
Moreno Moreno, María Águeda (Universidad de Jaén)
Nalesso, Giulia (Università degli Studi di Padova, Italia)
Paredes García, Florentino (Universidad de Alcalá)
Pons Rodríguez, Lola (Universidad de Sevilla)
Sánchez-Saus Laserna, Marta María (Universidad de Sevilla)
Sáez Rivera, Daniel Moisés (Universidad de Granada)
Vida Castro, Matilde Ángeles (Universidad de Málaga)

ÍNDICE

Sección Monográfica. Panorama internacional de estudios de léxico disponible: nuevas aplicaciones para la enseñanza de lenguas / <i>International Overview of Lexical Availability Studies: New Applications for Language Teaching</i>	13
Presentación. Panorama internacional de estudios de léxico disponible: nuevas aplicaciones para la enseñanza de lenguas / <i>Presentation. International Overview of Lexical Availability Studies: New Applications for Language Teaching</i>	15-18
Inmaculada Clotilde Santos Díaz (Universidad de Málaga) Ester Trigo Ibáñez (Universidad de Cádiz)	
La visión de la <i>educación</i> en futuros docentes a partir de la disponibilidad léxica / <i>Vision of Education in Future Teachers Based on Lexical Availability ...</i>	19-45
Cristina V. Herranz-Llácer (Universidad Rey Juan Carlos) Ana Segovia Gordillo (Universidad Rey Juan Carlos) https://dx.doi.org/10.12795/PH.2026.v40.i01.01	
De Indiana Jones a Merlí: categorizando la figura del profesor desde la disponibilidad léxica / <i>From Indiana Jones to Merlí: Categorizing the Figure of the Teacher through Lexical Availability</i>	47-77
Guadalupe de la Maya Retamar (Universidad de Extremadura) Magdalena López-Pérez (Universidad de Extremadura) https://dx.doi.org/10.12795/PH.2026.v40.i01.02	
Léxico disponible de las partes del cuerpo en estudiantes de ciencias de la educación. Incidencia de la formación académica / <i>Available Lexicon of the Parts of the Body in Students of Educational Sciences. Influence of Academic Training</i>	79-99
Sarai de Regla Cruz Ventura (Universidad de Las Palmas de Gran Canaria) Marta Samper Hernández (Universidad de Las Palmas de Gran Canaria) https://dx.doi.org/10.12795/PH.2026.v40.i01.03	

El léxico disponible en torno a las nuevas tecnologías del futuro profesorado: incidencia del nivel educativo / <i>Future Teachers' Available Lexicon about New Technologies: Incidence of the Level of Education</i>	101-123
Maribel Serrano Zapata (Universitat de Lleida)	
Eugenio Maqueda Cuenca (Universidad de Málaga)	
https://dx.doi.org/10.12795/PH.2026.v40.i01.04	
La visión de la coeducación en futuros docentes andaluces de educación primaria: análisis según la variable «sexo» / <i>The Vision of Coeducation in Future Andalusian Primary School Teachers: Analysis According to the Variable «Sex»</i>	125-150
M. ^a del Carmen Navarro Rubio (Universidad de Cádiz)	
Inmaculada Clotilde Santos Díaz (Universidad de Málaga)	
Ester Trigo Ibáñez (Universidad de Cádiz)	
https://dx.doi.org/10.12795/PH.2026.v40.i01.05	
Organización de las palabras en la mente infantil. Caracterización desde la disponibilidad léxica y la variable sexo/género / <i>Organization of Words in the Children's Mind. Characterization from Lexical Availability and the Sex/Gender Variable</i>	151-176
M. ^a Begoña Gómez-Devís (Universitat de València)	
https://dx.doi.org/10.12795/PH.2026.v40.i01.06	
Estructura de las redes léxicas de género derivadas de pruebas de fluidez verbal semánticas y funcionales / <i>Structure of Gender Lexical Networks from Semantic and Functional Verbal Fluency</i>	177-209
Natividad Hernández Muñoz (Universidad de Salamanca)	
https://dx.doi.org/10.12795/PH.2026.v40.i01.07	
La edad como variable de la disponibilidad léxica de estudiantes chilenos y extranjeros del norte de Chile / <i>The Age as a Variable of Lexical Availability in Chilean and Foreign Students in Northern Chile</i>	211-235
Eladio Donoso (Universidad Católica del Norte)	
Milko Cepeda-Guerra (Universidad Católica del Norte)	
https://dx.doi.org/10.12795/PH.2026.v40.i01.08	

Sección Varia

- Lessico, equivalenze e mediazione. Linguistica tra italiano e spagnolo / *Lexicon, Equivalences, and Linguistic. Mediation between Italian and Spanish* 239-255
 Simone Greco (Università degli Studi di Bari Aldo Moro)
<https://dx.doi.org/10.12795/PH.2026.v40.i01.09>
- Variación fónica del adverbio *muy* en Granada. Aproximación sociolingüística / *Phonic Variation of the Adverb muy in Granada. Sociolinguistic Approach* 257-279
 María Machado Contreras (Universidad de Granada)
 Antonio Manjón-Cabeza Cruz (Universidad de Granada)
<https://dx.doi.org/10.12795/PH.2026.v40.i01.10>
- Análisis comparativo del duende y el *домовоѝ* en la cultura española y rusa a través de su componente lingüístico / *Comparative Analysis of the Duende and the Домовоѝ in Spanish and Russian Culture through their Linguistic Component*..... 281-303
 Tatjana Portnova (Universidad de Granada)
 Pavlo Marynenko (Universidad de Granada)
<https://dx.doi.org/10.12795/PH.2026.v40.i01.11>
- De los roles pragmáticos como hipótesis alternativa para la interpretación de la gramática íbera / *On Pragmatic Functions as Alternative Hypothesis for the Understanding of Ancient Iberian Grammar*..... 305-328
 Jesús Rodríguez Ramos (Investigador)
<https://dx.doi.org/10.12795/PH.2026.v40.i01.12>
- Experimento asociativo sobre el concepto de fidelidad en tiempos de pandemia / *The Associative Experiment on the Concept of Faithfulness in the Times of Pandemic*..... 329-345
 Alsu Valeeva (Escuela Universitaria de Osuna)
<https://dx.doi.org/10.12795/PH.2026.v40.i01.13>
- Construction of a (Non-)Multilingual Resort Town in Andalucía, Spain, through the Linguistic Landscape / *Construcción de una ciudad turística (no) multilingüe en Andalucía, España, a través del paisaje lingüístico* 347-382
 Linda Yoksulabakan-Harjus (University of Innsbruck)
<https://dx.doi.org/10.12795/PH.2026.v40.i01.14>

Reseñas de libros

- María Begoña Gómez-Devis: *Léxico disponible de los escolares valencianos. Alcance, control y evolución en educación primaria*. Barcelona: Octaedro, 2024, 175 pp. ISBN: 978-84-1079-011-7. DOI: <http://doi.org/10.36006/16444-0>..... 385-387
 Rocío Escudero Sánchez (Universidad de Málaga)
- Pilar Carrasco Cantos (Coord.): *Lectura y escritura de documentos del siglo XIX*. Álabé. Revista de investigación en Lectura y Escritura, 2024, (2), 249 pp. España. ISSN-e: 2171-9624 389-393
 Soledad Guerrero González (Universidad de Málaga)
- Marta León-Castro Gómez y Rafael Jiménez Fernández (Coords.): *Procesos de variación y cambio en el español de Sevilla y Las Palmas de Gran Canaria*. Madrid: Iberoamericana Vervuert, 2024, 240 pp. ISBN: 978-84-9192-433-3..... 395-399
 Eliska Mackova (Universidad de Granada)
- Maribel Serrano Zapata: *El castellano y el catalán en contacto. Efectos sobre el vocabulario*. Peter Lang, 2024, 200 pp. ISBN: 978-3-631-89767-6..... 401-404
 Vicente Martínez Aránguiz (Universidad de Málaga)
- Paula Albitre Lamata: *(Des)cortesía histórica en el español clásico y moderno. Estudio de cartas privadas y de documentos prescriptivos*. Madrid y Frankfurt am Main: Iberoamericana Vervuert, 2025, 546 pp. ISBN: 978-84-9192-519-4..... 405-410
 Elena Monge Hermida (Universidad Complutense de Madrid / IUSMP)



ESTUDIOS LINGÜÍSTICOS

EXPERIMENTO ASOCIATIVO SOBRE EL CONCEPTO DE FIDELIDAD
EN TIEMPOS DE PANDEMIA

THE ASSOCIATIVE EXPERIMENT ON THE CONCEPT OF FAITHFULNESS
IN THE TIMES OF PANDEMIC

ALSU VALEEVA

Escuela Universitaria de Osuna

alsuv@euosuna.org

 0009-0007-4082-8549

Recibido: 02-04-2024 | Aceptado: 06-04-2025

Cómo citar: Valeeva, A. (2026). Experimento asociativo sobre el concepto de fidelidad en tiempos de pandemia. *Philologia Hispalensis*, 40(1), 329-345. <https://dx.doi.org/10.12795/PH.2026.v40.i01.13>

RESUMEN

Los conceptos son reflejo de la mentalidad de diversas gentes y asimismo de la vida y de la concepción de la misma. Son un resultado complejo del reflejo del mundo exterior y su aprendizaje. Dado que la realidad en la que vivimos tiende a cambiar con el tiempo, los conceptos también lo hacen. Este trabajo es un intento, un pequeño paso hacia la explicación de un concepto tan tradicional y a primera vista estable como es la fidelidad, que sin embargo está sufriendo cambios en la sociedad moderna, acelerados por la pandemia. Para corroborar dicha tesis se han llevado a cabo tres experimentos asociativos, antes y después de la pandemia, en los que se ha pedido a los encuestados que indiquen las realidades a las que asocian el concepto «fidelidad».

Palabras clave: concepto, fidelidad, experimento asociativo, cambio.

ABSTRACT

Concepts reflect the mentality of different peoples, as well as their life and their conception of it. They are a complex result of the reflection of the outer world and its learning. As the reality that we live in tends to change with time, the concepts change as well. This paper provides an explanation of «faithfulness». Despite its apparently stability, this concept is currently undergoing the changes of our modern world accelerated by the pandemic. In order to corroborate the aforementioned hypothesis, three associative experiments have been carried out, before and after the pandemic. During these experiments, the participants were asked to think about realities to which they associated the concep. «faithfulness».

Keywords: concept, faithfulness, associative, experiment, change.

1. INTRODUCCIÓN

El objeto de estudio de nuestro trabajo de investigación es el concepto «fidelidad». La elección de dicho concepto atiende a diversos motivos. En primer lugar, cabe indicar que cada época histórica presenta peculiaridades propias respecto a las cuestiones antropológicas, culturales, filosóficas y lingüísticas. En cada periodo podemos encontrar temas específicos que adquieren más importancia mientras otros son claramente infravalorados o pierden el sentido que habían poseído hasta aquel momento. En segundo lugar, en el siglo en que vivimos son reconocidos por todos por su indudable importancia conceptos tales como la libertad, la sinceridad o la autenticidad, mientras que otros, como la fidelidad, por poner un ejemplo, han sufrido un proceso de cambio e incluso desprestigio. La globalización ha impuesto un modelo de sociedad radicalmente distinto al anterior y muchas estructuras rígidas, tales como la pertenencia a un entorno social, a un país o a una cultura se han debilitado enormemente. En otras palabras, la identidad cultural se ha fragmentado de forma patente.

Hoy, hablar de fidelidad no está de moda. No se trata de un concepto popular y, sin embargo, sigue siendo un valor que determina en gran medida las relaciones afectivas de la población. El presente trabajo, no obstante, no se limitará al ámbito de la fidelidad matrimonial, sino que pretende abarcar un abanico más amplio: la fidelidad a la amistad, a las creencias, al trabajo, a la palabra dada, etc.

La etapa de pandemia ha traído cambios adicionales a nuestras vidas y, aunque se pregona que ya hemos vuelto a la «normalidad», algunos aspectos de la «nueva realidad» parecen haberse quedado para siempre. La incertidumbre, a la que ya nos habíamos acostumbrado antes de esta nueva coyuntura, se ha convertido en la gran protagonista de nuestras vidas: nada es cierto, todo cambia. El virus tan solo ha acelerado unos procesos que ya estaban presentes en la vida moderna. Ya Zygmunt Bauman (2003) hablaba de cierta caducidad de todo lo que nos rodea: nada puede ser eterno, todos quieren mejorar, prosperar, vencer, no permanecer con lo que tienen o han conseguido, etc. Cambiamos de trabajo más a menudo, tenemos nuevos amigos, nuevos lugares, nuevas parejas...

Además, pese a los oscuros augurios que nos deja ver el clima, somos incapaces de dejar atrás la era del consumismo más salvaje. Cuántas veces hemos oído decir a padres y abuelos que antes las cosas se hacían para que durasen mientras hoy en día se hacen para que no le falte el trabajo a quien las produce. El cliente quiere comprar cuántas más cosas mejor, quiere probarlo todo y nadie se conforma ya con algo para toda la vida. Aparecen nuevos modelos de teléfono móvil que debemos adquirir en el momento, videoconsolas que ya tienen una quinta o sexta versión, etc. Y así hasta el infinito.

Ni el mismo consumo escapa a esta aspiración al cambio, a poseer algo nuevo lo antes posible. Hoy en día ya ni siquiera es necesario tener un coche en propiedad, pues existe la opción de alquilarlo en cómodos pagos mensuales. Hace un año, en una revista dedicada al mundo del automóvil, se podía encontrar la siguiente

información: «con la flexibilidad y comodidad de uso de un servicio por suscripción. Se trata de un servicio cien por cien digital que nace para responder a las necesidades de movilidad de cada uno» (Longás, 2022). Si alguien se cansa de su coche solo tiene que probar el siguiente.

Todo es, pues, prescindible y susceptible de ser sustituido. Los cambios son tan rápidos que ninguna institución genera ya confianza: ni los bancos, ni el puesto de trabajo, ni el gobierno, ni la pareja... El presente trabajo es un intento de establecer cómo, a través del experimento asociativo, estos cambios tienen su reflejo en el ámbito de los conceptos.

2. EL EXPERIMENTO EN LA LINGÜÍSTICA

El estudio y análisis del material lingüístico con el método experimental es un componente importante de cualquier investigación, sobre todo de la que se encuentra en el límite de diferentes ciencias. En particular, el estudio del concepto combina los elementos de la investigación lingüística, culturológica y cognitiva. Emprendiendo el camino del estudio experimental de los conceptos nos referimos a una corriente en auge y que se encuentra en un desarrollo dinámico como es la psicolingüística. Sin embargo, antes de pasar a hablar sobre los métodos psicolingüísticos de estudio del concepto, sería oportuno referirnos al experimento dentro de la lingüística como tal y a los antecedentes de su uso.

El método principal de trabajo con el material lingüístico en etapas anteriores a la actual y en la ciencia moderna en general es el método de introspección, en otras palabras, las observaciones del lingüista sobre los objetos ideales que están relacionadas con la palabra dada en su propia mente. En el caso de la investigación de la lengua materna, el científico puede contar con su propia intuición; por otro lado, al investigar una lengua extranjera, resulta necesario recurrir a los datos del experimento lingüístico como medio de comprobación de una u otra hipótesis lingüística.

Uno de los fundadores de los métodos experimentales en el estudio de la semántica fue Scherba (1965), que propuso comprobar las suposiciones de los lingüistas a través de los experimentos con el contexto. Según dicho académico, el experimento lingüístico es una comprobación de la corrección/aceptabilidad de una expresión lingüística construida por el investigador con base en una concepción teórica. El árbitro de esta verificación puede ser el mismo investigador en el caso de que conozca bien el idioma sobre el que pretende investigar, o bien el portador de la lengua (informante), así como un grupo de informantes que ha sido elegido por una razón concreta. Sus ideas sobre la falta de corrección/aceptabilidad de las expresiones construidas durante el experimento convierten estas expresiones en el material lingüístico negativo (el término es de Scherba), que es una importante fuente de conocimientos sobre la lengua. Por lo tanto, el experimento lingüístico es una base metodológica de la semántica y pragmática lingüísticas modernas y uno de

los métodos de investigación más importantes en la lingüística de «campo» (estudio de las lenguas que no tienen escritura) y en parte en la lingüística sociológica; su aceptación y comprensión desempeñó un papel muy importante en la formación de la teoría de los modelos lingüísticos en los años 1960.

В возможности применения эксперимента и кроется громадное преимущество с теоретической точки зрения изучения живых языков [...] психологический элемент метода несомненен и заключается в оценочном чувстве правильности или неправильности того или иного речевого высказывания, его возможности или абсолютной невозможности.

En la posibilidad de utilizar el experimento existe una gran ventaja, desde el punto de vista teórico, del estudio de las lenguas vivas [...] el elemento psicológico del método es obvio y está en la percepción y evaluación de la corrección o incorrección de una expresión de lenguaje, su posibilidad o absoluta imposibilidad. (Scherba, 1965: 31) (Traducción propia)

Karaúlov afirma que el experimento lingüístico «по сути дела представляет собой самый сильный вид аргументации [...] из пассивного объекта превращает язык в субъект исследования» (es en esencia un modo de argumentación más fuerte [...] pues de un objeto pasivo convierte a la lengua en el sujeto de la investigación) (Karaúlov, 1981: 136).

La lingüista rusa Frúmkina (2003) es de la misma opinión, ya en el contexto de la discusión sobre los métodos de investigación cognitiva. En particular, esta autora comenta que las observaciones correspondientes a la propia intuición son posibles e informativas en la práctica para un lingüista y que en la lingüística moderna prevalecen precisamente estas observaciones, sin embargo, también indica que la epistemología exige diferenciar los actos introspectivos de la observación y el experimento. Como es sabido, a partir de la conciencia de la diferencia entre estos dos procedimientos cognitivos, comenzó la física clásica y psicología científica. Por consiguiente, habiendo confirmado el valor cognitivo del experimento, resulta necesario diferenciar entre la autoobservación (o introspección) basada en la intuición lingüística del investigador (por poner un ejemplo, este método es utilizado por Apresian con el fin de crear contextos para los diccionarios y una descripción de la semántica), la observación y el experimento. Según muchos lingüistas, entre los cuales encontramos a Frúmkina (2003) o Wierzbicka (1992), la diferencia principal entre el experimento y la autoobservación radica en la posibilidad de comprobar los resultados del experimento, sin embargo, la autoobservación no es posible de reproducir correctamente ni de controlar desde fuera.

En cualquier ciencia el experimento es un modo de comprobar la veracidad de ciertas suposiciones. Se trata de un procedimiento especial, con ayuda del cual la hipótesis propuesta obtiene otro estatus, es decir, se verifica o se niega. Ya

centrándonos en la esfera del uso del experimento, resulta necesario indicar que el método de la experimentación es aplicable sobre todo en la lexicografía, sintaxis y estilística, aunque últimamente se utiliza cada vez más en la semántica y psicolingüística. El experimento en la semántica sirve para verificar o negar las hipótesis semánticas que se proponen con base en la observación de los usos de las palabras que se aceptan como correctos.

Si hablamos del experimento como medio de investigación lingüística (entre los que destacan sobre todo los experimentos psicolingüísticos que estudian las reacciones asociativas de los sujetos), este debe cumplir con el siguiente requerimiento: uso de informantes, las respuestas de los cuales son el material del experimento (Frúmkina, 2003).

3. EXPERIMENTO ASOCIATIVO (EA). PRINCIPIOS DEL EA. PROBLEMA DE CLASIFICACIÓN DE LAS ASOCIACIONES

El estudio de las nociones lingüísticas a través de las asociaciones fue propuesto ya en el siglo XIX por Krushevski (1883), representante de la escuela lingüística de Kazán. Además de las leyes físico-fisiológicas que reinan en la fonética y fonología, dicho académico distinguía las psicológicas que encontramos, en particular, en la gramática. Estas leyes están relacionadas con las asociaciones. En la psicología de aquel momento se distinguía entre dos tipos de asociaciones: por adyacencia y por analogía, las cuales Krushevski exportó a la lingüística, determinando dos leyes psíquicas.

Всякое слово связано с другими словами узами ассоциации по сходству; это сходство будет не только внешнее, т.е. звуковое или структурное, морфологическое, но и внутреннее, семасиологическое. Или другими словами: всякое слово способно, вследствие особого психического закона, и возбуждать в нашем духе другие слова, скоторыми оно сходно, и возбуждаться этими словами... Вследствие этого закона слова должны укладываться в нашем уме в системы или гнезда

Cualquier palabra está relacionada con otras palabras a través de la asociación de analogía; dicha analogía no será solamente exterior, es decir, fónica, estructural o morfológica, sino interior, semasiológica. O en otras palabras, cualquier palabra puede, debido a una ley psíquica especial, provocar en nuestro espíritu otras palabras, a las que es análoga, y al mismo tiempo ser provocada por dichas palabras... Como consecuencia de esta ley, las palabras tienen que agruparse en nuestra mente en sistemas o nidos). (Krushevski, 1883, como se citó en Fefilov, 2014: 135)

Los sistemas o nidos pueden ser de diferentes tipos: paradigmas (*paso, pasas, pasa*), palabras de la misma raíz (*pasar, pasodoble, pasota*, etc.) o palabras con

diferentes raíces, pero con los mismos afijos (*pasa, lleva, etc.*). Gracias a esta asociación, no tenemos que memorizar y luego recordar cada palabra por sí sola (Krushevski, 1883).

Según Frúmkina, las asociaciones son «связь между некоторыми объектами или явлениями, основанная на нашем личном, субъективном опыте. Опыт этот может совпадать со опытом той культуры, к которой мы принадлежим, но всегда является также и сугубо личным, укоренённым в прошлом опыте человека» (una relación entre objetos o nociones, basada en nuestra experiencia personal y subjetiva. Esta experiencia puede coincidir con la experiencia de la cultura a la que pertenecemos, pero siempre es personal, arraigada en la experiencia pasada de una persona) (Frúmkina, 2003: 189). La relación entre objetos diferentes puede ser real, basada en la experiencia o en hechos empíricos (perro - ladrar) o condicional (que se basa en la tradición cultural); en otras palabras, que no tiene una relación lógica directa (negro - luto), así como individual (Frúmkina, 2003). Los procesos asociativos constituyen el objeto de estudio de numerosas ciencias, entre las cuales destaca sobre todo la psicología, que contempla la interpretación libre de lo visto y el psicoanálisis (interpretación de los sueños de Freud, Jung y otros). En la lingüística el estudio de las asociaciones pertenece al campo de psicolingüística, pero a diferencia de otras ciencias, estudia solamente las asociaciones verbales.

La metodología más común en el caso del experimento asociativo la encontramos en el libro Психолингвистика (*Psijolingvística*) de Frúmkina (2003) y en trabajos de otros especialistas como, por ejemplo, Karaúlov (1981) y otros. La idea del experimento asociativo consiste en que a los participantes se les ofrecen palabras-estímulos (o una palabra) a los que ellos tienen que responder con un conjunto de reacciones-asociaciones. Responder de manera espontánea con lo primero que al sujeto le venga a la cabeza resulta en este caso de máxima importancia. Una condición ideal para realizar este tipo de experimentos es la falta de cualquier selección de las respuestas por parte de los respondientes durante el proceso asociativo, sin embargo, no podemos asegurar esta condición dado que el proceso de aparición de las asociaciones en cada persona es individual.

La cantidad de las respuestas que se pide puede variar. Algunos autores (Frúmkina, 2003) consideran que la cantidad óptima es 6 ± 1 respuestas, lo que está relacionado con la capacidad limitada de la memoria a corto plazo. Si hablamos de las palabras-estímulos, parecen no existir limitaciones. Asimismo, se propone incluir en la lista de las palabras-estímulos otros elementos que no tienen nada que ver con el tema del experimento y además no colocar las palabras-estímulos importantes para el experimento en la primera y última posición, ya que estas posiciones son las más vulnerables para que se cometan errores. También se pueden utilizar grupos de palabras e incluso frases hechas o proverbios.

Existen tres tipos de experimento asociativo (Leontiev, 2005): experimento libre asociativo (los respondientes no tienen limitaciones en las reacciones); experimento

asociativo dirigido (a los respondientes se les propone alguna limitación en las reacciones, por ejemplo, de tipo gramatical o semántico) y experimento asociativo en cadena (al respondiente se le restringe el tiempo y cantidad de reacciones).

La forma de realizar el experimento también puede ser variada: verbal (situación comunicativa), escrita o verbal y escrita. En el modo verbal las asociaciones serán más espontáneas que en el modo escrito, razón por la cual durante el experimento escrito es muy importante controlar el parámetro temporal y recordar constantemente a los respondientes que las reacciones deben ser espontáneas.

Otro momento importante al realizar el experimento es la clasificación de las asociaciones. A este respecto parece que cada investigador propugna su propio método de clasificación. La mayoría de los investigadores utilizan las clasificaciones psicológicas que sirven para estudiar la influencia de diferentes factores en el comportamiento asociativo de los participantes (profesión, edad, sexo), en particular, encontramos esta clasificación en el diagnóstico de las patologías psíquicas, asimetrías funcionales del cerebro, etc., y en las investigaciones de Jung y otros. Las clasificaciones lógicas, lingüísticas o psicolingüísticas se utilizan para resolver las cuestiones cognitivas, lingüístico-culturológicas y psicolingüísticas.

4. ESTUDIO DE CONCEPTOS MEDIANTE EL MÉTODO DEL EXPERIMENTO ASOCIATIVO

A través del lenguaje se forman los conceptos en la mente humana. El estudio de los medios lingüísticos a través de los cuales se realiza un concepto no es solamente la tarea principal de la lingüística cognitiva, que precisamente investiga todos los medios de la representación verbal de un concepto dado (lo que nos permite a su vez descubrir el contenido y la estructura de esta unidad de pensamiento de una sociedad dada), sino también una tarea para la lingüística en general.

Hoy en día existen varias metodologías para el estudio de los conceptos, entre las cuales podemos encontrar la culturológica, la psicolingüística o la de campo, que son metodologías introspectivas. Entre los numerosos métodos experimentales hemos optado por el método del experimento asociativo debido a los siguientes factores:

1. El experimento asociativo puede demostrar la estructura de varios estratos del concepto.
2. La relación asociativa «определена именно культурой во всём её многообразии – всеми знаниями, опытом, в том числе – чувственным опытом, но при этом таким опытом, в котором мы не отдаём себе отчёта» (se determina precisamente por la cultura en toda su variedad, por todos los conocimientos y experiencia, así como la experiencia sensorial, pero es un tipo de experiencia de la que no nos damos cuenta) (Frúmkina,

2003: 192). Esta tesis permite relacionar el estudio de los conceptos como entidades de nivel cultural con el estudio de las relaciones asociativas, en particular, las típicas o estándares para una u otra cultura lingüística.

3. El experimento asociativo conecta la investigación lingüístico-culturológica del concepto con la psicolingüística. Analizando los conceptos, penetramos directamente en el estrato profundo o subconsciente de nuestro psíquico. Tratamos con la conciencia lingüística que nos guía hacia los estratos más profundos de la mente.

La relación entre el estudio de los conceptos y la psicolingüística se demuestra asimismo mediante el hecho de que la atención de los psicolingüistas está dirigida hacia el estudio de las reacciones de masas, estándares y no individuales, lo que se refleja en los diccionarios asociativos (Frúmkina, 2003). De este modo, podemos concluir que el experimento asociativo es una herramienta prometedora y útil del estudio de nuestros valores y modelos.

5. EL CONCEPTO «FIDELIDAD» REFLEJADO EN LA CONCIENCIA LINGÜÍSTICA A TRAVÉS DE LOS RESULTADOS DEL EXPERIMENTO ASOCIATIVO ANTES DE LA PANDEMIA

Como método experimental de estudio del concepto hemos escogido el experimento asociativo libre realizado por escrito por medio de cuestionarios.

El objetivo del experimento ha sido establecer los cambios en las estructuras psicosociales asociadas a un determinado concepto, en este caso el de fidelidad, recreando la estructura semántica, así como el campo asociativo del mismo.

Las condiciones del experimento han sido:

1. Limitación temporal para las respuestas de los respondientes debido a la forma escrita del experimento con el fin de conseguir la mayor espontaneidad en las asociaciones.
2. Hincapié reiterado del entrevistador hacia los respondientes de indicar las asociaciones iniciales a la palabra-estímulo.

Como palabra-estímulo se ha optado por ofrecer solamente una: «fidelidad». En el experimento participaron personas nativas de lengua española (un total de 60 personas). En un principio el experimento se llevó a cabo según tres paradigmas de investigación: formación (grado medio, licenciado o tipo de carrera), edad (representantes de todas las edades, exceptuando los menores de edad) y sexo (39 mujeres y 21 hombres). Por otra parte, los respondientes pertenecen a diferentes grupos profesionales, es decir, profesores, amas de casa, estudiantes, vigilantes de seguridad, etc. Respecto a este último, se ha llegado a la conclusión de que, aunque las

respuestas en el caso de algunos participantes están de alguna manera influenciadas por su actividad laboral, dichos casos no resultan suficientemente numerosos como para ser relevantes.

Las entrevistas se llevaron a cabo en la lengua nativa para los respondientes y de forma escrita. A los participantes se les solicitó apuntar las primeras 4-5 asociaciones que les vinieran a la cabeza a la vista del término *fidelidad* y luego hacer lo mismo si fuera posible con cada una de las palabras ya apuntadas. La única limitación impuesta a los entrevistados fue la del tiempo, no más de tres minutos. De este modo hemos obtenido dos niveles de reacciones: primario y secundario (en otros términos [Frúmkina, 2003], la periferia cercana y las asociaciones directas o inmediatas y la periferia lejana y asociaciones no directas o mediadas). En total, se obtuvieron 580 reacciones.

6. DESCRIPCIÓN ASOCIATIVA DEL CONCEPTO «FIDELIDAD» ANTES DE LA PANDEMIA (CON BASE EN LOS RESULTADOS DEL EXPERIMENTO ASOCIATIVO)

Ahora pasaremos a analizar los resultados del experimento realizado en la lengua española antes de la pandemia. Para los respondientes, en la base de la fidelidad se encuentra el *amor* (34 reacciones), seguido de la *lealtad* (32), la *confianza* (30) y la *amistad* (29).

Entre otras reacciones comunes, podemos destacar la presencia de palabras relacionadas con la música o los equipos de música HiFi o de alta calidad de sonido. Las asociaciones a la religión resultan prácticamente ausentes, pues encontramos pocas menciones de la *fe* (2) y la *Biblia* (1), al igual que a la *Patria* (2) y solamente en las respuestas de los respondientes mayores de 40 años.

Otro dato curioso que merece la pena mencionar es el uso de nombres propios. Numerosos respondientes asociaron la fidelidad a aquella que se concreta con sus parejas, amigos o familiares. Podemos suponer que estas reacciones se deben a que los respondientes poseen un modo de concebir la realidad bastante «material» que les mueve a concretizar sus nociones sin mostrar reparos a la hora de concretarlas o personalizarlas.

En cuanto a las diferencias entre hombres y mujeres, destacamos la homogeneidad de las respuestas del grupo masculino, frente a la diversidad en el grupo femenino. Existe una clara diferencia entre las respuestas de las mujeres más jóvenes, que asocian la fidelidad directa o indirectamente con *fiesta* o *risas*, aunque también con *familia*, *amor* y *pareja*, en contraposición a las más mayores (30-40 años), en las reacciones de las cuales prevalecen valores como *sinceridad*, *confianza* o *tranquilidad* o, en otros términos, *madurez*. Se podría esperar la misma tendencia en el grupo masculino, sin embargo, nos sorprendió encontrar entre las respuestas de los hombres de 24-27 años palabras como *trabajo*, *casa* o *nómina*. ¿A qué se debe esta realidad? Si bien se trata en el presente momento de hipótesis, se contemplan

dos posibles razones para este hecho: por un lado, el rol de «proveedor» todavía asociado a la figura masculina prototípica, por otro, los progresivos cambios en la visión de «masculinidad» moderna, que concibe como suyas responsabilidades domésticas cotidianas, tal como la mujer las ha sumido siempre en su rol tradicional.

Por supuesto, entre las respuestas siempre se encuentran reacciones que nos pueden parecer curiosas o incluso cómicas. Por poner un ejemplo, algunas de las mujeres casadas han asociado a su marido con un *dolor de cabeza*. No podrían faltar las reacciones relacionadas con el fútbol, debido a que el experimento en España se realizó en fechas cercanas a la celebración del campeonato del mundo o porque el fútbol en España ocupa un lugar muy especial entre todos los deportes.

En general, podemos concluir que el campo asociativo obtenido es variado y rico en reacciones semántica y gramaticalmente. Hay que destacar que las reacciones-palabras prevalecen sobre las reacciones-frases. Se utilizaron sobre todo los sustantivos, menos los adjetivos y verbos.

7. CAMPO ASOCIATIVO DE LA FIDELIDAD

Los resultados de los experimentos asociativos pueden ser representados mediante el campo asociativo. Este método no es nuevo para la lingüística y está basado en el modelo de la estructura de núcleo y periferias unidos por unas características relevantes.

Creemos que los campos asociativos son estructuras profundas de la conciencia humana que se realizan en situaciones específicas. Cuando ocurre una situación concreta, la persona reacciona con las estructuras asociativas (Karaúlov, 2000).

Los campos asociativos pueden considerarse unidades temático-léxicas que se organizan alrededor de una palabra-estímulo. El núcleo del campo está formado por reacciones que reflejan su estructura semántica, las asociaciones primarias y mayoritarias. La periferia cercana está formada por hiperónimos, sinónimos, antónimos y otras relaciones paradigmáticas y sintagmáticas. La periferia lejana estaría basada en asociaciones resultado de las reacciones asociativas complejas (Frúmkina, 2003).

En nuestro caso particular, no resulta nada fácil reconstruir el campo asociativo de la «fidelidad», ya que, si bien no es complicado determinar el núcleo y la periferia cercana, las asociaciones periféricas son imposibles de clasificar de algún modo lógico; además, al recrear los campos asociativos se tienen en cuenta las reacciones repetitivas. En nuestro caso existen demasiadas reacciones singulares, es decir, individuales e irrepetibles para cada persona.

Podríamos destacar tres amplios grupos temáticos: «relaciones personales», «cualidades de personas» y un grupo que podríamos llamar como «trabajo y exactitud en el cumplimiento de tareas».

A continuación, se presenta la Tabla 1 de los resultados obtenidos:

Tabla 1*Campo asociativo. Resultados previos a la pandemia*

Fidelidad			
Núcleo	Amor	Lealtad	Trabajo
Periferia cercana	compromiso confianza pareja sinceridad infidelidad	amistad honestidad honradez	responsabilidad respeto exactitud
Periferia lejana	familia estabilidad unión hogar adulterio pasión cariño felicidad	amigo compañero nobleza justo apoyo promesa deber perro	hospital cliente compra fidelización meta

Nota. Fuente: elaboración propia.

8. TRANSFORMACIONES RECIENTES EN EL CONCEPTO «FIDELIDAD»

En relación con la evolución del concepto que nos ocupa, cabe recordar el escándalo que estalló en 2015 en torno de la página web de búsqueda de sexo extramatrimonial Ashley Madison, cuando la información personal de más de 34 millones de sus usuarios fue robada y publicada por piratas informáticos. Una empresa española decidió utilizar esta información y realizar un mapa que localizara por ciudades a los usuarios de dicha página. El resultado permitió comprobar que Ashley Madison contaba con clientes en más de 50 000 municipios repartidos por 48 países y que la mayoría de ellos eran hombres, el 86,2% del total (Serrato, 2015).

Según el sociólogo Amando de Miguel (1997), lo que está en crisis no es el valor fidelidad sino el concepto de valor para toda la vida, lo que está en crisis es lo vitalicio. Todo tiende a ser temporal. En el ámbito del trabajo, a su vez, ocurre algo análogo: ya no existe el puesto de trabajo para toda la vida. Ese tipo de fidelidades son incompatibles con la vida moderna y, si subsisten, lo hacen como un residuo. Ahora bien, la fidelidad como compromiso resulta, por el contrario, una paradoja; la fidelidad es ahora más voluntaria, pues el compromiso se renueva continuamente y no es para toda la vida: necesita ser reafirmado y precisamente por eso resulta más auténtico, más libre. No es tan rígido como el compromiso para toda la vida de las generaciones anteriores. Para el antes mencionado sociólogo, no se puede exigir

fidelidad por encima de la voluntad y, al ser la voluntad algo cambiante, la fidelidad no puede ser para siempre.

En el plano afectivo, en el amor, etc., las relaciones siguen su curso tradicional: las personas que establecen relaciones entre ellas basándose en un vínculo amoroso suelen comportarse de acuerdo a los cánones de la fidelidad tradicional. No obstante, si antes existía una fidelidad forzada y la persona tenía que estar enamorada para toda la vida, ahora, sin embargo, si una persona descubre que está enamorada de otra persona, es absurdo que siga obligada en términos de fidelidad con la anterior. La verdadera fidelidad se dirige a la persona de la que uno está enamorado. Una de las pocas instituciones que hoy en día no acepta esta tesis de forma categórica es la iglesia católica, aunque no resulta disparatado pensar que acabe adaptando sus planteamientos a la realidad actual, reconociendo la coyuntura no solamente en materia de fidelidad, sino en otros ámbitos tan importantes como la planificación familiar. Para Amando de Miguel (1997), el concepto actual de fidelidad resulta más fiel, ya que no se atiene a la letra del compromiso. Hay más sinceridad porque no se pretende continuar con un compromiso que se ha convertido en letra muerta. Eso explica que, precisamente, sea ahora cuando la fidelidad se valore más que nunca, porque se entiende que no es para toda la vida. ¿Quién puede estar en contra de la fidelidad? Esta es una pregunta que hasta hace no tanto tiempo carecía de sentido para gran parte de la sociedad. El individuo, por norma general, es fiel a sus amigos y seres queridos, pero ¿qué alcance tiene ese concepto en una sociedad como la nuestra, cuando la fidelidad por necesidad incorpora de forma obligatoria un sentido de fugacidad?

A pesar de todo, ese carácter fugaz del concepto al que se hace referencia no se percibe de manera uniforme en las respuestas, pues las estructuras sociales cambian muy lentamente y en muchas ocasiones se requieren circunstancias excepcionales que fuercen de alguna manera dichas transformaciones. El año 2019 supuso un cambio, un antes y después en la forma de vivir y concebir la realidad de gran parte de la población. Dicha circunstancia ha supuesto, por lo tanto, una oportunidad inestimable a la hora de investigar los cambios que conceptos como «fidelidad» están sufriendo en la actualidad.

La naturaleza extremadamente transitoria de todos los conceptos hasta ahora perennes tiene mucho que ver con una revolución tecnológica para la que nunca hemos estado preparados. Las nuevas tecnologías, por ejemplo, han inutilizado la memoria a largo plazo: esta se concibe ahora como algo «inútil». Podemos obtener toda la información en el espacio virtual y está solo a un «clic» de nosotros, por lo tanto, ¿para qué perder tiempo en leer, preguntar, acumular o memorizar? Simplemente, no hay necesidad. Vivimos con una memoria operativa con exclusividad a corto plazo.

Como consecuencia de ello, consumimos la información en pequeñas dosis. Las películas se ven sustituidas por series con una duración por capítulo de una hora

como mucho (a veces de diez minutos). TikTok, la aplicación de pequeños vídeos o retos que triunfa en todo el mundo, es ya algo imprescindible en la comunicación de los más jóvenes. La regla de oro es que los contenidos no duren más de dos o tres minutos, si el autor pretende tener un impacto real.

¿Son los fenómenos descritos algo negativo? Probablemente sea erróneo valorarlos en estos términos. Nuestra vida va cambiando, vivimos más de prisa, nos movemos más rápido y por ello podemos ir más lejos, en todos los sentidos de la expresión. Antes esperábamos en casa una llamada o una carta, ahora la telefonía móvil nos permite estar conectados prácticamente en cualquier lugar y momento. Internet está ya en casi cada objeto imaginable, lo cual hace que la «desconexión» (ese concepto que ya muchos países plantean como un derecho) sea tarea casi imposible. Las tecnologías nos han vuelto a la condición de nómadas (Bauman, 2003). De allí, por ejemplo, la popularidad de los pódcast. Si no tienes tiempo para escuchar un programa en la radio, siempre puedes conectarte luego y escuchar un pódcast con la noticia, una mesa redonda o seguir a alguna celebridad. El teléfono y unos auriculares, atributos obligados de todo individuo que afirme vivir en este nuevo siglo, te permiten estar conectado mientras realizas cualquier otra tarea, ya sea conducir el coche o correr por el parque.

Los seres humanos no nacemos fieles, al igual que no nacemos con un sentido determinado de la fe. Se trata de construcciones fruto de la vida en sociedad y el aprendizaje. La fidelidad a una persona es en general una forma de demostrar a dicha persona que es única, que se confía en ella, al menos mientras dure la relación que nos une con la misma.

9. EL EXPERIMENTO ASOCIATIVO DESPUÉS DE LA PANDEMIA

Tras la pandemia se decidió repetir el experimento asociativo. El experimento se realizó entre universitarios españoles, ya que consideramos que las personas de ese espectro de edad se han visto bastante afectadas a nivel anímico y psicológico por la pandemia y además son los más rápidos en dar *feedback* sobre su estado. Se optó asimismo por un formato más breve y rápido. El procedimiento se repitió dos veces, en el año 2020 y 2022, y consistió en responder a una única pregunta: «¿Con qué asocias la palabra fidelidad?». Se les pidió que pusieran una o varias palabras. La respuesta tenía que ser inmediata, sin tiempo para pensarla.

En el primer experimento participaron 45 estudiantes, hombres y mujeres. El experimento se llevó a cabo de manera telemática, ya que durante aquel curso lectivo las clases en las universidades andaluzas tenían lugar a distancia. No generó rechazo, pero tampoco entusiasmo, lo que se aprecia en la cantidad de las respuestas recibidas. Prácticamente todos optaron por poner una sola respuesta (46 respuestas en total). La gran mayoría (tanto hombres como mujeres) escogió para su respuesta las palabras *amor* (11), *respeto* (10), *pareja* (7) y *amistad* (4), siendo el resto de

las respuestas asociaciones individuales no generalizables. Se puede apreciar que el grupo de estudio sigue pensando mayoritariamente que las relaciones con pareja o amigos deben tener un componente de fidelidad, pero no queda claro la permanencia que dicho concepto debe tener. Entre las respuestas encontramos asimismo las asociaciones como *sinceridad* y *verdad*, es decir, una persona es fiel a la persona amada o a un amigo y respeta dicha relación, pero, debido precisamente a este componente de «sinceridad», si el amor termina o dicha persona se enamora de un/a tercero/a, dejará de ser fiel, pues la verdadera fidelidad se basa en la sinceridad.

En la segunda encuesta participaron 46 estudiantes de la misma edad, hombres y mujeres. Dicha encuesta tuvo lugar de forma presencial y las respuestas fueron más amplias, pues en total se obtuvieron 95 respuestas. Puede que, al estar el profesor presente, los alumnos tuvieran más confianza y seguridad a la hora de responder de forma más cercana, llevando las asociaciones al ámbito personal (entre las respuestas encontramos muchos nombres propios: *Claudia*, *Jesús*, *Silvia*, *Ángela*...). Este último hecho nos muestra la tendencia en muchos sujetos del experimento, tanto antes como después de la pandemia, a personalizar los valores y sentimientos.

Se aprecian pocos cambios en lo que al grueso de las asociaciones se refiere. Las más frecuentes fueron: *respeto* (22), *amor* (16), *confianza* (7), *pareja* (7), *lealtad* (4), *compromiso* (3), *madre* (2), *familia* (2), *perro* (2) y *cariño* (2). Las respuestas más curiosas son probablemente «boda» o «anillo», que de forma tradicional se esperan de mujeres pero que, sin embargo, en este caso pertenecen a hombres. Quizá este dato pueda ser un pequeño indicio del cambio que se está produciendo: se están invirtiendo los roles tradicionales y es posible que en esta transformación de la sociedad las mujeres estén avanzando a pasos más grandes, dejando a los hombres en modelos más tradicionales.

Asimismo, resulta interesante la respuesta *relación a distancia*, ya que refleja a la perfección la realidad de muchos hogares en los que uno de los miembros de la pareja por motivos de trabajo tiene que pasar temporadas fuera de la residencia común.

En línea con el tema del presente artículo, una de las asociaciones que más atrae nuestra atención es «temporal». Nunca antes se ha planteado la opción de fidelidad como algo pasajero. Vivimos en una realidad que ya es diferente, pero la mentalidad resulta en ocasiones mucho más tradicional, más lenta en aceptar los cambios. A pesar de ello, parece que poco a poco se van modificando nuestros modelos de vida, las esperanzas que albergamos sobre nuestro futuro. Puede que la pandemia haya acelerado el proceso, instalando definitivamente la incertidumbre en nuestras mentes.

El campo asociativo de ambos experimentos realizados tras la pandemia sería algo distinto al campo obtenido antes de la pandemia, ya que se trata exclusivamente de gente joven, todavía no presentes en el ámbito del trabajo. Podríamos destacar dos grupos principales: amor y respeto. El término «temporal» por ahora se

queda fuera del campo asociativo como una reacción aislada, si bien su aparición puede ser indicativa de una nueva tendencia en el desarrollo del concepto (Tabla 2).

Tabla 2

Campo asociativo. Resultados posteriores a la pandemia (experimentos de 2020 y 2022)

Fidelidad			
Núcleo	Amor	Respeto	¿Temporal?
Periferia cercana	pareja amistad madre	compromiso confianza lealtad	
Periferia lejana	familia cariño boda perro cuernos sinceridad personas especiales relación a distancia anillo	fe disciplina verdad entrega	

Nota. Fuente: elaboración propia.

10. CONCLUSIONES

El experimento en la lingüística moderna ocupa un lugar importante. Los estudios experimentales se realizan a todos los niveles de la estructura lingüística. El uso del experimento asociativo propuesto por la escuela lingüística de Kazán nos permite penetrar en lo esencial de las entidades lingüísticas. En el estudio de los conceptos el experimento asociativo es uno de los métodos más utilizados de verificación de las suposiciones, ya que permite hacer el seguimiento de la realización individual del concepto en la mente lingüística de un individuo y encontrar las estructuras profundas del mismo.

Durante los experimentos hemos clasificado y analizado las asociaciones producidas por la palabra-estímulo «fidelidad», antes y después de la pandemia. Las asociaciones han sido agrupadas en campos asociativos respectivamente, los cuales son el medio de la realización del concepto en el habla, así como pueden servir del punto de partida hacia una investigación más amplia de los conceptos dentro de la lengua.

La fidelidad sigue siendo un concepto que genera interés y su presencia sigue siendo constante en diferentes facetas de la vida social, así como en las artes y medios de comunicación.

La perenne actualidad de dicho concepto deriva en parte de las obligaciones a nivel social que ha implicado a lo largo de la historia (ya sea en el ámbito matrimonial o en el de la mera amistad). Por esta razón dicho concepto ha ido evolucionando, si bien es en las últimas décadas cuando en muchas de las sociedades occidentales sufre un cambio radical: ya no se concibe como un compromiso inamovible, sino como fruto de una elección y, por lo tanto, sujeto a caducidad.

El experimento asociativo que se cita en el presente artículo demuestra que, si bien algunos resultados denotan un claro cambio de mentalidad respecto al concepto de fidelidad en un espectro de edad de la sociedad española, dicha evolución convive todavía con una mentalidad que podríamos calificar como más apegada al concepto tradicional de «fidelidad».

Los seres humanos buscan grupos de pertenencia, de identidad, de los que surgen conceptos que modelan nuestros hábitos de vida, tales como el concepto de «fidelidad», que lleva siglos determinando parte de nuestro comportamiento. Esa «modernidad líquida» (término de Bauman, 2008) que se amolda, que se adapta a los recipientes, ha hecho evolucionar dicho concepto, de forma que a veces resulta irreconocible para las generaciones anteriores a las de las últimas décadas. Independientemente de las consideraciones a nivel moral que eso implique, la evolución de conceptos transversales como este determinará el tipo de sociedad en el que nos veremos inmersos en un futuro próximo.

ÉTICA DE PARTICIPANTES

Esta investigación se ha llevado a cabo de conformidad con los principios éticos establecidos en la Declaración de Helsinki (Asociación Médica Mundial, 2013). Todos los participantes fueron informados sobre los objetivos y procedimientos del estudio y otorgaron su consentimiento informado por escrito antes de participar.

REFERENCIAS

- Bauman, Z. (2003). *Modernidad líquida*. Fondo de cultura económica de España.
- De Miguel, A. (1997). *Autobiografía de los españoles: así nos vemos, ¿así somos?* Planeta.
- Fefilov, A. I. (2014). *Fenomen yazyka v filosofii i lingvistike*. Flinta <https://tipk.kg/wp-content/uploads/sites/432/2021/05/fefilov-a.i.-fenomen-yazyka-v-filosofii-i-lingvistike.pdf>
- Frúmkina, R. M. (2003). *Psijolingvístika*. Izdatelski centr Akademiia.
- Karaúlov, Y. N. (2000). *Semanticheski gueshtalt asociatibnogo polia i obrazy soznaniia. // Yazykovoe soznanie. Soderzhanie i funkcionirovanie*. Moskva.
- Karaúlov, Y. N. (1981). *Vtorichnye razmyshleniia ob eksperimente v yazykoznanii // Teoriia yazyka, metody ego issledovaniia i prepodavaniia*. Nauka.
- Krushevski, N. V. (1883). *Ocherk nauki o yazyke*. Izv. I uchen. Zap. Imp. Kazan. Un-ta.
- Leontiev, A. A. (2005). *Osnovy psjolingvistiki*. Izdatelski centr Akademiia.

- Longás, S. (2022, abril, 11). *Hyundai amplía su servicio de suscripción de coches*. Autopista. https://www.autopista.es/noticias-motor/hyundai-amplia-su-servicio-suscripcion-coches_254578_102.html#:~:text=Mocean%20Suscripcion%20combina%20los%20beneficios,de%20movilidad%20de%20cada%20uno
- Scherba, L. V. (1965). *O troiakom aspekte yazykovyj yavleni i ob experimente v yazykozananii. Prosveschenie*. <http://www.philology.ru/linguistics1/shcherba-74a.htm>
- Serrato, F. (2015, agosto, 25). *Un mapa localiza en 50.000 ciudades a los usuarios de Ashley Madison*. https://elpais.com/tecnologia/2015/08/20/actualidad/1440086423_069878.html
- Wierzbicka, A. (1992). *Semantics, Culture and Cognition Universal Human Concepts in Culture-Specific Configurations*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/os0/9780195073256.001.0001>



FACULTAD DE FILOLOGÍA
UNIVERSIDAD DE SEVILLA