

# VOSEO MEDELLINENSE COMO EXPRESIÓN DE IDENTIDAD PAISA<sup>1</sup>

[THE VOSEO IN MEDELLÍN AS AN EXPRESSION OF ANTIOQUIAN IDENTITY]

## Ji Son Jang

Facultad de Comunicaciones,  
Universidad de Antioquia, Colombia.  
This article is the product of an  
unpublished doctoral dissertation  
(Jang, 2009). Correspondence  
concerning this article should be  
addressed to Ji Son Jang, Facultad  
de Comunicaciones, Universidad de  
Antioquia, Calle 67 No. 53-108,  
Of.12-422 Medellín, Colombia.  
E-mail: [tetsuji\\_miyahara@hotmail.com](mailto:tetsuji_miyahara@hotmail.com)

## RESUMEN

Se ha afirmado que con el paso del tiempo podría desaparecer de toda Colombia el voseo. Sin embargo, en la ciudad de Medellín, se ha observado una permanencia vital de este tratamiento. En este artículo, se trata de mostrar de qué manera las actitudes sociales ante el voseo medellinense estimulan y propician la permanencia de este fenómeno, al menos en el momento presente. Para llevar a cabo esta investigación, se aplicó un cuestionario a universitarios en Medellín, en el que aparecen una serie de preguntas relacionadas con el voseo medellinense y las actitudes sociales. En concreto, se preguntó por qué emplearían el voseo y qué opinan sobre los miembros y la forma de hablar de su grupo y sobre los miembros y el habla de los que no le pertenecen. Los informantes afirman que emplean el voseo porque forma parte de la identidad social del grupo medellinense y tienen un fuerte sentido de pertenencia a su grupo, mostrando opiniones positivas sobre éste y opiniones negativas sobre los que no son parte de él. Por esta razón, se puede sugerir que el voseo medellinense no va a tender a desaparecer. Por lo menos a corto plazo.

Palabras clave: voseo, sociolingüística, actitudes lingüísticas, identidad social.

## ABSTRACT

It is claimed that through the time, the Colombian *voseo* could disappear from the country. However, in the city of Medellín, there has been a vital permanence of this way of treatment. In this article we want to show the way in which social attitudes surrounding the *voseo* in Medellín favor the continuation of this phenomenon, at least at this time. To carry out this research a questionnaire was applied to university students in Medellín, asking the questions that appeared regarding the *voseo* in Medellín and the social attitudes. Specifically, we asked them why the *voseo* was employed, and what they think about the members of their own community and the foreign members of this community using that way of speech. Informants state to use the *voseo* because it is part of their social identity regarding Medellín's group, as well as a way to show a strong sense of belonging to this group, showing positive points of view about this group and negative points of view on the persons not belonging to this group. For this reason, we can suppose that the *voseo* in Medellín will not disappear, at least in a short term.

**Keywords:** the *Voseo*, sociolinguistics, linguistic attitudes, social identity.

## 1. INTRODUCCIÓN

En el departamento colombiano de Antioquia —considerado como centro del voseo<sup>2</sup> en Colombia—, donde coexisten tres formas pronominales: *tú*, *vos* y *usted*, después del trabajo de Montes (1967), no se habían realizado suficientes investigaciones de carácter empírico, en las que se incluyeran datos actualizados sobre el empleo de estas formas de tratamiento.

Con el propósito de llenar esta laguna, hemos empezado a indagar este fenómeno en distintos tipos de interacción en la ciudad de Medellín, desde una óptica socio-pragmática, con la población joven universitaria, y tomando como variables el estrato socio-económico<sup>3</sup>, el sexo (Jang, 2010), el origen urbano o rural de los informantes y de sus padres y la edad media de los informantes (Jang, 2012).

Montes (1967) afirma que con el tiempo podría desaparecer de todo el país el voseo; sin embargo, en Jang (2010, 2012), se ha observado una permanencia vital de este tratamiento. Cisneros (1998, p. 90), por su parte, señala que el voseo en el nivel hispanoamericano es un símbolo de identificación lingüística latinoamericana y, por ende, para su extinción distará mucho tiempo y harán falta muchos y fuertes cambios sociales y políticos. El objetivo de este artículo es demostrar las relaciones entre el voseo medellinense y la identidad, como una de las razones por las cuales el voseo sigue vivo en esta comunidad, al menos en la actualidad.

## 2. MÉTODOS

### 2.1. Población estudiada

El estudio se ha llevado a cabo en la ciudad de Medellín, la capital de Antioquia, incluyendo su área metropolitana<sup>4</sup>. La población estudiada está constituida por jóvenes universitarios de entre 16 y 29 años<sup>5</sup>. En cuanto al origen de la población estudiada, se trabajó solamente con los informantes de origen y padres antioqueños, con el fin de evitar cualquier influencia de usos pronominales de otras regiones, las cuales están fuera del objetivo de este trabajo. En cuanto a la variable social, se tienen en cuenta el estrato socioeconómico y el sexo, ya que en Jang (2010) se ha encontrado que estos factores sociales se relacionan significativamente en la selección pronominal. Debido a la dificultad de conseguir suficiente cantidad de los informantes universitarios de estratos 1 y 4 en este proceso, se ha decidido trabajar con los informantes de estratos 2, 3, 5 y 6 y han sido agrupados por su estatus socio-económico; los estratos populares están conformados por el 2 y el 3, y los estratos altos por el 5 y el 6.

### 2.2. Corpus

El corpus principal del presente estudio se fundamenta en los datos obtenidos a través de las encuestas aplicadas a universitarios de dos instituciones ubicadas en la ciudad de Medellín: la Universidad de Antioquia, que es una universidad pública donde la mayoría de los estudiantes son

<sup>2</sup> El voseo moderno es el tratamiento familiar empleado para referirse a la segunda persona del singular. Hay algunas regiones hispanoamericanas donde el voseo se realiza a través del pronombre *tú* con el voseo verbal, por ejemplo, en la capital uruguaya (J. Steffen, 2010, p. 454) o la chilena (Uber, 2010, p. 1053). El voseo medellinense, sin embargo, siempre se realiza a través del pronombre *vos* con el voseo verbal (Jang, 2009).

<sup>3</sup> En la sociedad colombiana está oficialmente establecido el sistema de estratos socioeconómicos que se dividen en seis grados: uno es el más bajo y seis es el más alto. En la presente investigación no se incluye el estrato 1, ya que no se obtuvo suficiente cantidad de informantes de este estrato.

<sup>4</sup> Otros municipios que conforman esta área son Caldas, La Estrella, Sabaneta, Envigado, Itagüí, Bello, Copacabana, Girardota y Barbosa.

<sup>5</sup> Se seleccionó como población estudiada a los jóvenes, por haberse considerado que “las nuevas generaciones son las encargadas de la mayoría de los cambios lingüísticos o, por lo menos, mediante ellas podemos estudiar las nuevas tendencias” (Cisneros, 1996, p. 39). Por otro lado, se ha decidido trabajar únicamente con el nivel de educación universitario, por la disposición de tiempo.

de estratos populares, y la Universidad Eafit, que es una universidad privada donde se encuentran muchos estudiantes de estratos medio o alto<sup>6</sup>.

Las encuestas se han aplicado a 201 informantes y sus detalles son los siguientes:

**Tabla 1:** Distribución de informantes

Estrato	Estratos populares (2 ó 3)		Estratos altos (5 ó 6)		Total General
	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	
Sexo	45	57	50	49	
Total Estrato	102		99		201

### 2.3. Preguntas formuladas en el cuestionario

Las actitudes y creencias se han empleado para caracterizar la homogeneidad de las comunidades lingüísticas y para contribuir a explicar fenómenos de variación y cambio lingüístico (Martín, 1993, p. 265)<sup>7</sup>, y las investigaciones sobre actitudes lingüísticas muestran lo que las comunidades sienten y creen sobre su propia lengua y la lengua de los otros, es decir, lo que sienten y creen acerca de ellos y de otros (Malaver, 2002, p. 184).

Ahora bien, durante el proceso preparatorio de esta investigación, en las calles de Medellín, se ha observado que muchas personas hablan negativamente de las personas de Bogotá, donde no se emplea el *vos*, sino el *tú* en las relaciones de confianza.<sup>8</sup> También se ha observado que las personas de Medellín hablan muy positivamente

de sí mismas. Por tal razón se plantearon los siguientes interrogantes con el propósito de dilucidar las razones por las cuales está arraigado el voseo en los jóvenes de Medellín y la relación que tiene este con la identidad social:

- ¿Acaso el sentido de pertenencia al grupo de Medellín sería una razón determinante para el uso frecuente del *vos* en esta región?
- ¿Acaso las opiniones negativas que tienen las personas de Medellín sobre las de Bogotá tendrán algo que ver con el uso frecuente del *vos* en esta región?

A raíz de esto se formularon y aplicaron a los universitarios de la población seleccionada las siguientes preguntas:

¿Habría de *vos* con los amigos bogotanos en Bogotá si viviera en Bogotá? Y si lo hace, ¿por qué?

¿Qué opina de la cultura, la gente y la forma de hablar de las personas de Medellín y de Bogotá?

Después de obtener las respuestas de las dos preguntas mencionadas, se formularon las siguientes preguntas a los informantes:

Usted considera que en Antioquia o en Medellín el *vos*, en comparación con el *tú*, se usa mucho más:

*Sí*\_\_ *No*\_\_

<sup>6</sup> Los datos de la presente investigación se recogieron entre octubre de 2007 y marzo de 2008.

<sup>7</sup> En cuanto a este tema, vale la pena mencionar; entre otros, los siguientes trabajos: Agheyisi y Fishman (1970), Alvar (1986), Cooper y Fishman (1974), Macnamara (1973), Fasold (1984), Fernández (1982) (ojo no está referenciado este autor), Giles y Ryan (1982), López (1979, 1989), Malanca y Prevedello (1986), Malanca, Prevedello y Toniolo (1981), Moreno (1988), Quilis (1983), Rojo (1981), Ryan, Giles y Hewstone (1988), Ryan, Giles y Sebastian (1982), Saville-Troike (1982), Shuy y Williams (1973), Williams (1973, 1974), Wölck (1973) y Woolard (1984).

<sup>8</sup> En cuanto al uso de *tú* y *usted* en Bogotá, del Castillo (1982) explica que “el *tú* ha ganado últimamente enorme terreno sobre el *usted*. Pero entre la gente joven ocurre una cosa curiosa: hermanos y amigos se siguen llamando, generalmente, de *usted*, pero al dirigirse a sus padres y personas mayores los tutean (a menos que éstos los traten de *usted*). El *tú* ha adquirido así un cierto matiz de respeto” (p. 615). Es decir, según del Castillo, se supone que, en los jóvenes bogotanos, el *tú* puede tener matiz formal, y el *usted* matiz informal. Esta tendencia puede ser más intensa en este momento, ya que pasaron más de dos décadas a partir del estudio de este autor. Sin embargo, lo que se quiere mencionar aquí es que las personas de Medellín, como se verá en la figura 4 del presente artículo, creen que los bogotanos usan mucho el *tú*.

Si le preguntan en cuál sitio de Colombia se usa mucho el tú, usted responde que en: *¿Cuál?* \_\_\_\_\_

Bogotá \_\_\_\_\_ La Costa \_\_\_\_\_ Otro \_\_\_\_\_

Estas preguntas se han aplicado a 806 informantes y sus detalles son los siguientes<sup>9</sup>:

**Tabla 2:** Distribución de informantes.

Estrato	2		3		4				6		Total General
Sexo	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	
	79	114	107	155	57	69	59	44	72	50	
Total Estrato	193		262		126		103		122		806

### 3. MARCO TEÓRICO

#### 3.1. Identidad social y sentido de pertenencia

La identidad social es un conjunto de representaciones sociales que los miembros consideran específicas de su grupo, por ejemplo, las acciones características, los modos de hablar o de vestirse podrían ser tomados para definir la identidad de una persona (van Dijk, 1999, p. 160). La identidad personal puede identificarse con la identidad social, ya que todos los individuos inevitablemente son miembros de algunos grupos sociales. Por otra parte, el concepto de identidad social suele relacionarse con el sentimiento afectivo de pertenencia al grupo social ya que, como dice van Dijk (1999, p. 204), la pertenencia al grupo puede ser una fuente de orgullo y placer.

#### 3.2. Autopresentación positiva y presentación negativa de los otros

Acerca del sistema de las expresiones de las opiniones, van Dijk muestra lo siguiente:

1. Expresar /enfatar información positiva sobre Nosotros.
2. Expresar /enfatar información negativa sobre Ellos.

3. Suprimir/des-enfatizar información positiva sobre Ellos.

4. Suprimir/des-enfatizar información negativa sobre Nosotros.

Estos cuatro movimientos, que constituyen lo que podemos llamar “cuadrado ideológico”, cumplen obviamente un papel en la estrategia contextual más amplia de autopresentación positiva o del resguardo de la imagen y su corolario para los de otro grupo, esto es, “presentación negativa de los otros” (van Dijk, 1999, p. 333).

A nuestro juicio, las opiniones positivas de su grupo (autopresentación positiva) y las opiniones negativas de los otros (presentación negativa de los otros) se asocian con sentimientos afectivos de pertenencia al propio grupo, cuyo conjunto es la identidad social como miembro del grupo (van Dijk, 1999, p. 154). Es decir, los miembros de un grupo prefieren a sus propios miembros o se sienten superiores al grupo de los otros (van Dijk, 1999, p. 205) por el sentimiento afectivo de pertenencia al grupo; de esta manera refuerzan su identidad social.

Ahora bien, van Dijk (1999) dice: “[...] el conocimiento sobre otros grupos en general reduce los prejuicios y los estereotipos, [...]” (p. 85). Entonces, si uno de los dos grupos sociales de la ciudad de Medellín expresa menos opiniones

<sup>9</sup> En el estudio, primeramente, se ha trabajado con 201 informantes arriba mencionados, con dos primeras preguntas, y posteriormente se nos generó la necesidad de realizar las dos últimas preguntas. Estas últimas se han aplicado a nuevos informantes que son 806 en total.

negativas sobre los bogotanos que el otro, esto puede significar que el primero tiene más conocimientos sobre los bogotanos que el segundo.

Por otro lado, algunos valores pueden seleccionarse como una categoría del esquema de actitud del grupo, y pueden ocupar la posición más alta en la categoría (van Dijk, 1999, p. 87).

Ahora bien, van Dijk dice que la pertenencia al propio grupo puede señalarse mediante la variación pronominal. No obstante, no es arriesgado interpretar esta tesis de van Dijk a la inversa, es decir, la no pertenencia a un grupo puede señalarse mediante la variación pronominal; a saber, una persona que no pertenece a un grupo no usaría un pronombre que se usa en ese grupo (1999, p. 257).

No obstante, van Dijk afirma: “La mayor parte de las personas que tienen creencias racistas y actúan y hablan conforme a ello, negarán con vehemencia que son racistas. Ese rótulo está oficialmente estigmatizado como una calificación negativa, como la de ser un fanático o un intolerante en sociedades donde la ‘tolerancia’, la ‘igualdad’ y la ‘democracia’ son valores (ideológicos) oficiales dominantes” (1999, p. 201). A saber, todos tienen deseo de que los otros los vean como buenas personas, es decir, con una imagen positiva según Goffman (1967).

Por otro lado, van Dijk (1999) señala: “[...] el conocimiento sobre otros grupos en general reduce los prejuicios y los estereotipos [...]” (p. 85).

Así que los valores forman la base de todos los procesos de evaluación y, en consecuencia, de opiniones, actitudes e ideologías. Tenemos una serie de valores para juicios sobre el carácter personal, tales como honestidad, integridad, modestia, bondad, apertura, paciencia, etc. (van Dijk, 1999, pp. 101-102). Las actitudes por su parte son conjuntos de creencias (opiniones) socialmente compartidas (van Dijk, 1999, p. 65). Es decir, cada persona o grupo tiene valores o conceptos como, por ejemplo: frío, amable, bruto, inteligente, cerrado, abierto etc., y con base en estos

valores y conceptos se autoevalúa u opina sobre sí mismo (o evalúa y opina sobre otros), y luego toma una actitud.

### 3.3. Algunos estudios sobre el uso pronominal relacionados con el concepto de identidad y actitudes sociales

En este apartado se da un vistazo a algunos estudios en los que se han tratado fenómenos lingüísticos como expresión de identidad y actitudes sociales. La forma de hablar de un miembro de un grupo social constituye parte de su identidad. Por ejemplo, el voseo puede funcionar como indicio de la variable dialectal que se usa y que identifica al que habla (Noblia, 2001, p. 151).

Carricaburo (2010, 471) apunta que en la Argentina el voseo constituye un principio local de identidad lingüística. Igualmente, para los salvadoreños a través del voseo se expresa la identidad nacional (Hummel, 2010c, p. 499).

En la región andina venezolana de Mérida (Álvarez & Carrera, 2006, p. 121; Álvarez & Freites, 2010, p. 332) o del Estado Táchira (Álvarez & Freites, 2010, p. 334; Freites & Zambrano, 2010, p. 918), aunque el *tú* se considere prestigioso porque es propio del habla del centro del país, el *usted* se usa muchísimo más debido a que el *ustedeo* es el reflejo de la manifestación de la identidad lingüística y cultural local del andino venezolano. Por otro lado, Álvarez y Freites (2010: 335) apuntan que en la región zuliana venezolana, el voseo se considera como marca identitaria regional. Álvarez y Chumaceiro (2010, p. 949), por su parte, señalan que en el español de Venezuela se observan tres formas de tratamiento pronominal para la segunda persona del singular, y cada forma se ha convertido en una marca de identidad regional.

Álvarez y Carrera (2006) señalan que el *usted* en la ciudad de Mérida, Venezuela —donde no existe el voseo y se usa en pocas ocasiones el *tú*, que se considera como el pronombre de la capital— tendría una connotación de identidad que parece importante en la región (p. 121). Según estas

investigadoras, en esta zona el pronombre más extendido es *usted*, y el pronombre *tú* se considera más extraño por ser importado del centro del país y difundido por los medios de comunicación (pp. 124-125).

En el estudio de Álvarez y Freites (2003) sobre actitudes lingüísticas en la zona andina venezolana se observa el sentido de pertenencia al propio grupo regional pp. 113-115).

Murillo (2003) menciona que una de las razones por la cual el *tú* está ganando terreno sobre el *vos* hoy día en Costa Rica es la autopresentación positiva costarricense y la opinión negativa costarricense sobre otros, esto es, sobre los nicaragüenses. Y es que los nicaragüenses se reconocen como voseantes y los costarricenses los evalúan negativamente y, por ende, pueden preferir el *tú*, aunque los costarricenses mismos se identifican como voseantes (pp. 136-137).

En su interesante investigación sobre las actitudes y creencias lingüísticas que se reflejan en los habitantes de Getafe —población situada en el área metropolitana madrileña y que cuenta con una elevadísima proporción de inmigrantes, venidos en especial del sur peninsular— se observan, por lo general, opiniones positivas de estas personas sobre sí mismos y opiniones negativas sobre los otros. Por ejemplo, a la pregunta: ¿Quién le parece que habla mejor, la gente venida de fuera o la de *Getafe de toda la vida*?, el 83.33 % de los informantes respondieron que *los de Getafe* (Martín, 1993, p. 269). Los informantes con un nivel sociocultural bajo muestran más fuertemente estas opiniones (Martín, 1993, p. 271). De esto se podría decir que estas personas tienen un sentido de pertenencia más fuerte a su grupo social.

Por lo general en las actitudes de los miembros de un grupo social aparece el sentido de pertenencia a su grupo. En el estudio de Malaver sobre actitudes lingüísticas en la comunidad del habla de Caracas, Venezuela, también se observa el sentido de pertenencia de los caraqueños a su grupo. A la pregunta ¿En qué región del país, en su *opinión, se habla mejor*?, más de la mitad de los informantes caraqueños respondieron *Caracas* (Malaver, 2002, pp. 192-193).

#### 4. ANÁLISIS

##### 4.1. El *vos*: producto del sentido de pertenencia y símbolo de identidad en Medellín

Sin gran diferencia de estratos y sexo, el 95.5 % de los informantes respondieron que hablarían de *vos* con sus amigos bogotanos si vivieran en Bogotá; sus razones son:

- a. Porque se sienten cómodos empleando el *vos* al hablar.
- b. Porque se sienten orgullosos empleando el *vos* al hablar.
- c. Porque se sienten cómodos con la cultura paisa.
- d. Porque se sienten orgullosos de la cultura paisa.
- e. Porque no les gusta la forma de hablar de los bogotanos.
- f. Porque no les gusta la cultura de Bogotá.
- g. Porque no les gusta la gente de Bogotá.

Las respuestas a-d se agruparon en la categoría de “Sentido de pertenencia a su grupo o expresión de identidad” y las e-g, en la de “Opiniones negativas sobre los bogotanos”. Véase la siguiente tabla:

**Tabla 3:** Razones de no dejar de vosear en Bogotá.

		Sentido de pertenencia o expresión de identidad	Porque no les gusta la gente, la cultura o la forma de hablar de los bogotanos
Estratos populares	Hombres	78,57%	21,43%
	Mujeres	85,19%	14,91%
Estratos altos	Hombres	73,73%	26,27%
	Mujeres	78,36%	21,64%
Total		79,00%	21,00%

El 79 % de los informantes respondieron que hablarían de *vos* con los amigos bogotanos si vivieran en Bogotá por el sentido (sentimiento afectivo) de pertenencia al grupo regional (“paisa”), o porque el *vos* es una expresión de identidad. Obsérvense algunas respuestas concretas:

Hombres de estratos populares:

- No me siento bien cuando tuteo, pues me parece que dejo de ser yo mismo (19 años).
- Costumbre (26 años).
- El hecho [de] que yo esté en otra región del país no quiere decir que voy a cambiar mi forma de hablar (21 años).
- Me gusta vosear a los demás (17 años).
- Me gusta mantener mi regionalidad (24 años).
- Por costumbre e identidad (26 años).
- Es la forma en [la] que hablo yo (24 años).
- No me importa demostrar o que digan que soy antioqueño esté donde esté (22 años).
- Es cómodo (22 años).

Mujeres de estratos populares:

- La costumbre y la cultura (18 años).
- Ya está grabado en mi mente y es difícil dejarlo, simplemente por cambiar de departamento (21 años).
- Hace parte de nuestra cultura (21 años).

- Ya me acostumbré a hacerlo (20 años).
- Hablar de vos es una cultura paisa y un vicio o forma de hablar (19 años).
- Amo a Antioquia (26 años).
- Me encanta ser antioqueña y no me gusta negarlo a nadie (19 años).
- Hablo así, y es parte de mi vocabulario (19 años).

Hombres de estratos altos:

- Es mi estilo (20 años).
- No cambio mi forma de hablar así esté en otra ciudad (19 años).
- Es la forma acostumbrada para mí (19 años).
- Costumbre (19 años).
- Yo hablo así (22 años).
- Siempre he hablado así en nuestra cultura (20 años).

Mujeres de estratos altos:

- Ya me acostumbré a hablar así, y es muy difícil dejar de hacerlo (18 años).
- Soy paisa y no dejaría de serlo por el hecho de vivir en Bogotá, y no me gusta el hablado bogotano (20 años).
- Estoy orgullosa de todo lo paisa (20 años).
- Es mi forma de hablar y el hecho de que viva en otra ciudad no implica que ésta cambie (22 años).

Como se observa, los informantes, como miembros del grupo antioqueño, tienen un fuerte sentido de pertenencia a su grupo, y el voseo, que es un tratamiento característico de esta región, forma parte de su identidad.

De lo descrito anteriormente, se puede concluir que este sentido tan fuerte (sentimiento afectivo) de pertenencia al grupo antioqueño está influyendo en el uso frecuente del *vos*. Además, el 89 % de los informantes respondió que vosean por sentirse orgullosos de emplear el *vos* o de la cultura paisa, es decir, precisamente se sienten como dice van Dijk: “la pertenencia al grupo y su base ideológica pueden ser una fuente de orgullo y placer” (1999, p. 204). Huelga decir que, por supuesto, el hecho de que el *vos* sea como un símbolo de identidad del grupo paisa o de sus miembros está influyendo igualmente en su difusión. El 71.22 % de los informantes afirmó que vosean por sentirse cómodos al usar el *vos*, es decir, dejar de hablar de *vos*, significa dejar su identidad, a saber, dejar de ser ellos mismos.

68

Por otro lado, el 21 % de los informantes afirmó que la razón por la cual no dejaría de vosear en

Bogotá es por no gustarle la gente, la cultura o la forma de hablar de los bogotanos. Este aspecto se analizará más tarde cuando se traten las opiniones negativas sobre los otros (como los bogotanos).

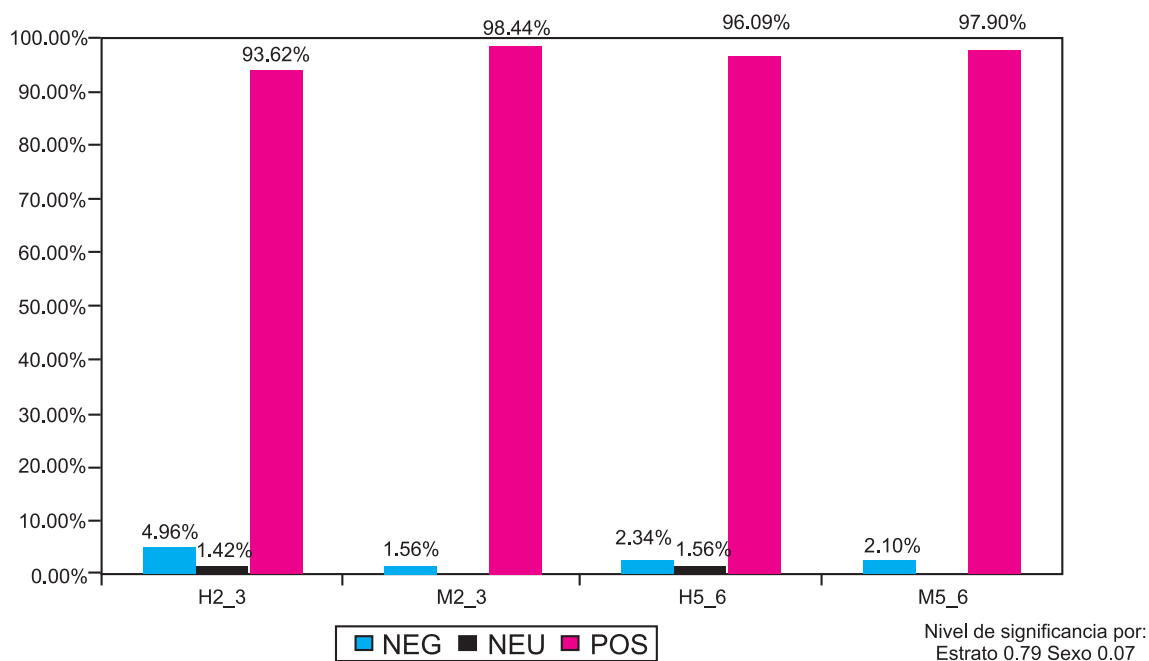
#### 4.2 Autopresentación positiva y presentación negativa de los otros

Con el fin de observar algunas relaciones entre las actitudes sociales de los informantes como miembros del grupo paisa y el voseo, se les hizo la pregunta: ¿Qué opina de la cultura, la gente y la forma de hablar de las personas de Medellín y de Bogotá? Cada informante expresó un máximo de tres opiniones en forma de adjetivo. Teniendo en cuenta una clasificación de los diferentes adjetivos escritos por los informantes, las respuestas se agruparon en tres categorías: opinión positiva, neutra o negativa. Por ejemplo, el adjetivo “trabajador” se clasificó como positivo, “normal” como neutro y “creído” como negativo.

##### 4.2.1 Opiniones generales

###### 4.2.1.1 Los antioqueños sobre sí mismos

Figura 1: Opiniones de los antioqueños sobre sí mismos





Como se observa en la Figura 1<sup>10</sup>, sin diferencia de estratos o sexo, la gran mayoría (96.5 %) de los jóvenes de Medellín tienen opiniones positivas sobre sí mismos y muy pocos informantes (2.74 %) tienen opiniones negativas. Ellos, con base en los valores (exclusivamente “buenos”), se autoevalúan como “buenos”, y su actitud es, en este caso, “creer” que son “buenos”. Aquí claramente se observa la autopresentación positiva (van Dijk, 1999, p. 333).

Se puede interpretar que estas opiniones positivas sobre sí mismos se asocian con sentimientos afectivos de pertenencia a su propio grupo, cuyo conjunto es la identidad social como miembro del grupo (van Dijk, 1999, p. 154); es decir, los miembros de un grupo, por el sentido de

pertenencia, autoevalúan todo lo que pertenece a su grupo. Más arriba se ha visto que el sentido de pertenencia al grupo paisa por parte de sus miembros influye en el uso frecuente del *vos*; y el *vos* es un símbolo de identidad del grupo paisa, o de sus miembros, que se asocia con el sentido de pertenencia. En este sentido, la autoevaluación positiva influye en el uso frecuente del *vos* en este grupo. Para sus miembros, no usar el *vos* significaría dejar de ser ellos mismos, a saber, negar su presencia. Así que para marcar la diferencia con los otros con el fin de guardar su identidad usan el *vos*.

Ahora bien, obsérvese cuáles son las opiniones positivas más repetidas sobre sí mismos.

**Tabla 4:** Opiniones positivas más repetidas sobre sí mismos

Agradable	2	Emprendedor	62	Responsable	7
Alegre	50	Encantador	1	Sencillo	12
Amable	85	Excelente	15	Servicial	30
Amigable	60	Expresivo	1	Sincero	18
Avispado	9	Generoso	1	Solidario	16
Bacano	7	Incomparable	1	Tierno	2
Bello	3	Inteligente	12	Tolerante	2
Berraco	29	Organizado	1	Trabajador	41
Bueno	9	Orgullosa	9	Tradicional	9
Carismático	2	Original	1	Único	4
Cívico	1	Refinado	1	Virtuoso	1
Comprensible	1	Regionalista	1	Total general	537
Educado	7	Respetuoso	24		

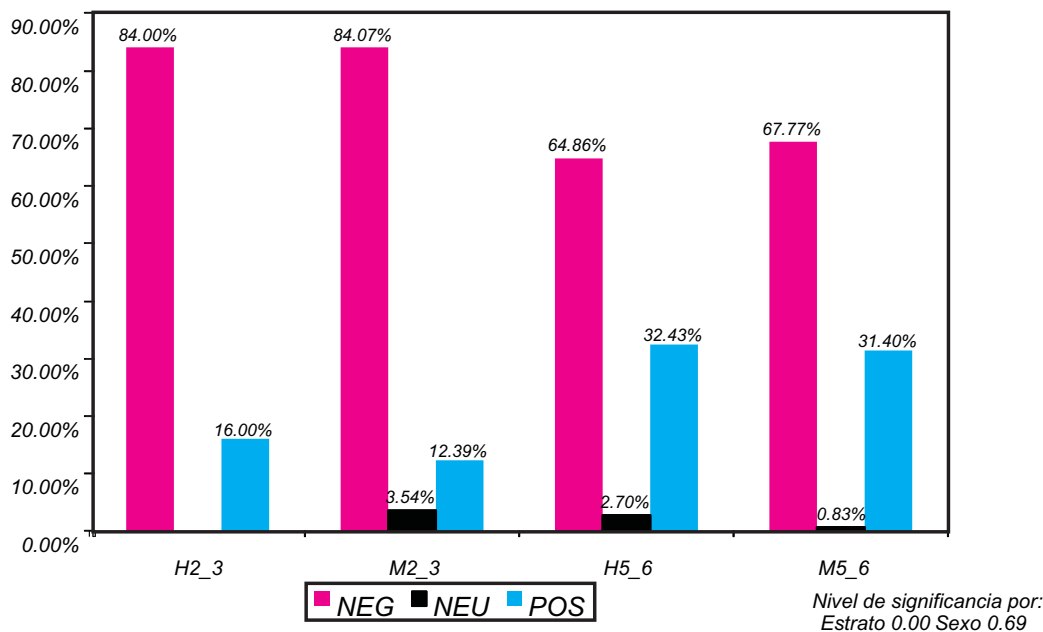
Según la Tabla 4, en la encuesta se observaron 537 opiniones positivas en forma de adjetivo, y las opiniones más repetidas fueron: *amable*, *emprendedor*, *amigable*, *alegre*, *trabajador* y

*servicial*. A raíz de esto, se puede afirmar que estos valores son muy significativos para los informantes de este grupo medellinense a la hora de evaluarse a sí mismos.

<sup>10</sup> En las figuras, “H” significa hombres, “M” significa mujeres, “2\_3” significa estratos populares (2 o 3), “5\_6” significa estratos altos (5 o 6), “NEG” significa opiniones negativas, “NEU” significa opiniones neutras, y “POS” significa opiniones positivas. Los datos de nivel de significancia se refieren a que hay diferencias significativas estadísticamente en las respuestas según estrato o sexo de los informantes cuando estos indican ser inferiores a 0,05.

4.2.1.2 Los antioqueños sobre los otros

Figura 2: Opiniones de los antioqueños sobre los bogotanos



70

Con base en la figura 2, se puede afirmar que la mayoría (75 %) de los jóvenes de Medellín tiene opiniones negativas sobre Bogotá y sus habitantes. El resultado contrasta claramente con el alto porcentaje de las opiniones positivas sobre sí mismos.

Esencialmente, estas opiniones negativas hacia los otros como la presentación negativa de los otros según van Dijk (1999, p. 333) se asocian con el sentido de pertenencia a su propio grupo o sus miembros. Por el sentido de pertenencia a su propio grupo, los miembros de él, al enfrentarse a otro grupo, “prefieren a sus propios miembros” o quieren sentirse superiores al grupo de los otros (van Dijk, 1999, p. 205). Por esta razón, por ejemplo, se autoevalúan con los valores positivos, como mejores que otros. Y además, para poder sentirse mejores o superiores que otros, evalúan a otros con los valores negativos, como peores o inferiores. Se acaba de ver que el sentido de pertenencia al grupo paisa o a sus miembros influye en el uso frecuente

del *vos*. Y las opiniones negativas sobre los otros se asocian con el sentido de pertenencia; por consiguiente, las opiniones negativas sobre los otros influyen en el uso frecuente del *vos* en la ciudad de Medellín. En otras palabras, pudo verse que los miembros de este grupo valoran muy positivamente el *vos*, porque es un símbolo de identidad del grupo paisa o de sus miembros, y esta identidad se asocia con el sentido de pertenencia. Y para valorarlo más, niegan un símbolo de identidad de los otros: el *tú*; ya que en Bogotá no hay voseo, en las relaciones de solidaridad, se usará este pronombre. Hoy en día parece que se ha generalizado el *usted* en Bogotá, sin embargo, casi todos los informantes afirmaron que creen que donde se usa mucho el *tú* es en Bogotá o en la Costa, y no en Medellín; es decir, creen que el *tú* es el pronombre característico de los bogotanos. A este respecto, véase las Figuras 3 y 4, donde se observan las respuestas a las preguntas: ¿Usted considera que en Antioquia o en Medellín el *vos se usa mucho más que el tú?* y ¿En cuál sitio de Colombia considera usted que se usa mucho el *tú*?<sup>11</sup>:

<sup>11</sup> Estas preguntas se han hecho a 806 informantes.

Figura 3: Respuesta a la pregunta: ¿Usted considera que en Antioquia o en Medellín el vos se usa mucho más que el tú?

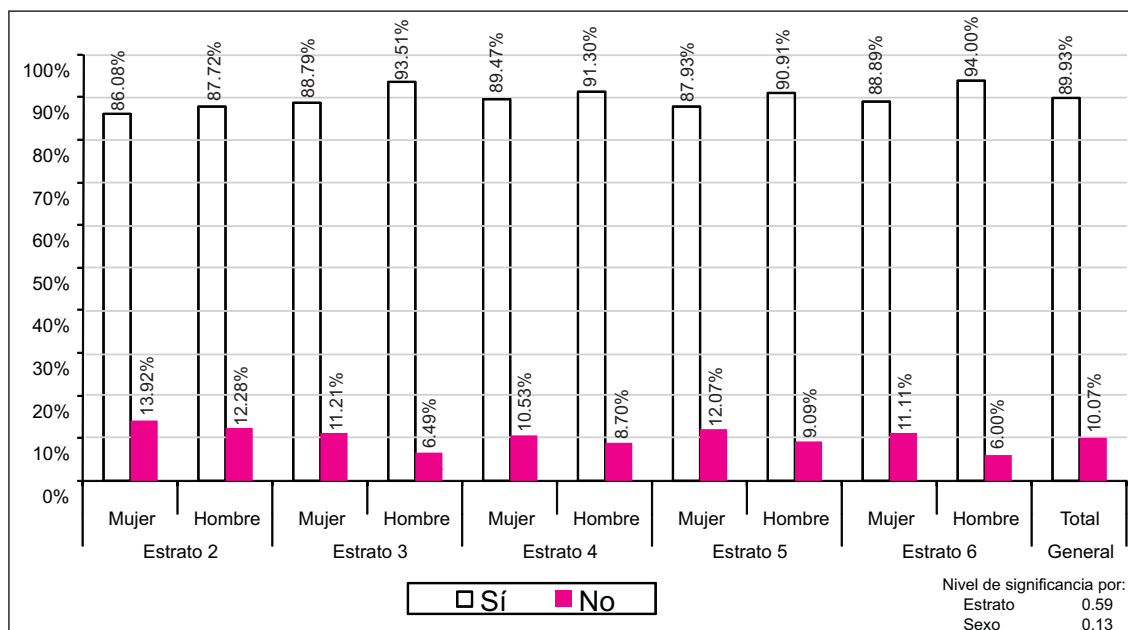
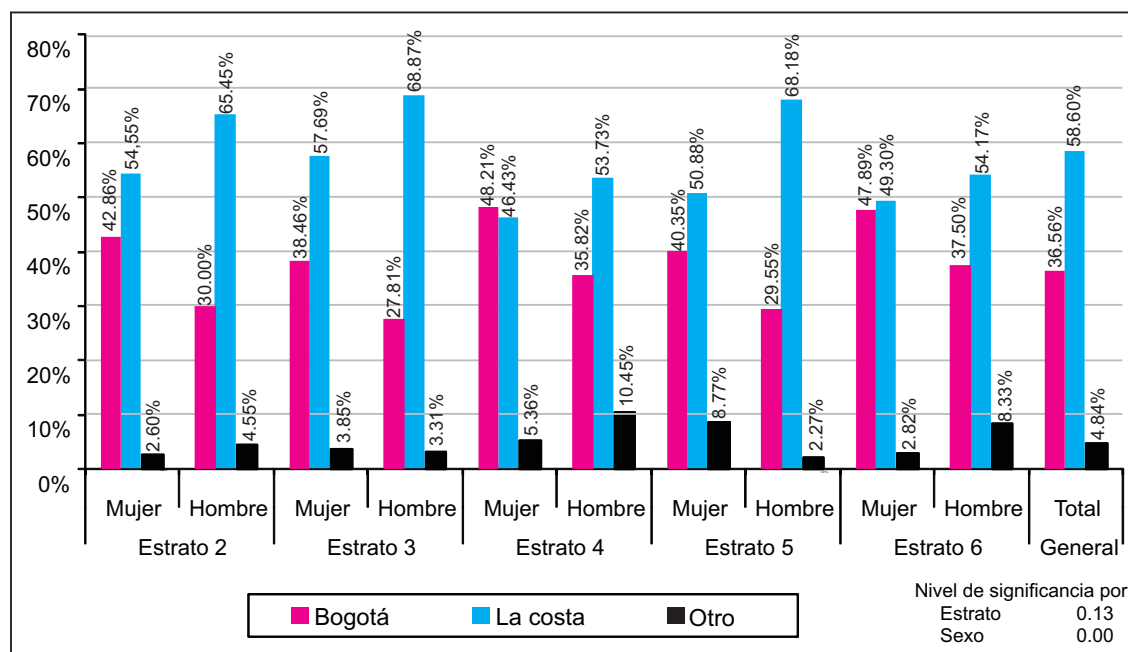


Figura 4: Respuesta a la pregunta: ¿En cuál sitio de Colombia considera usted que se usa mucho el tú?



En esta investigación se han elegido a los bogotanos en las preguntas del cuestionario para que resultaran más claramente las opiniones negativas de los informantes sobre los otros, ya que se supuso que los informantes expresarían con mayor énfasis opiniones negativas sobre los bogotanos que sobre

las personas de otras regiones, muy posiblemente por la rivalidad existente entre los habitantes de la segunda ciudad colombiana y los capitalinos. En una palabra, las opiniones negativas de los miembros de un grupo sobre los otros se asociarán con el sentido de pertenencia a su grupo y, por

ende, con el deseo de querer guardar su identidad (van Dijk, 1999, p. 154). Es decir, los miembros de un grupo tienen opiniones negativas sobre los otros para mantener su identidad, y por tal motivo, quieren diferenciarse de los otros, y de cualquier cosa que le pertenezca a otros. Así, forman una especie de barrera contra los otros grupos. Por eso, en Medellín se usa con mucha frecuencia el *vos* para no usar el pronombre que usan los miembros de otros grupos con el fin de diferenciarse de ellos y para resguardar su identidad.

Recuérdese que el 21% de los informantes afirmó que la razón por la cual no dejarían de vosear en Bogotá es porque no les gusta la gente, la cultura o la forma de hablar de los bogotanos. Esta opinión negativa se asocia con el deseo de querer guardar la identidad paisa, que es una representación mental, y por negar cualquier propiedad de los otros tratando de guardar su identidad, porque perder su identidad significa perder el *yo*, es decir, negar su existencia. Sobra decir que los informantes subvalorarían o negarían las propiedades de los costeños, vallunos o pastusos.

Aquí, lógicamente, hay una pregunta fácil de responder: ¿por qué los medellinenses usan el *usted*, que también usan los bogotanos o las personas de cualquier otra región? La respuesta es: porque si no lo usaran, no habría pronombre de distanciamiento.

A propósito, un número considerable de informantes de los estratos altos (31.9%) tiene opiniones positivas sobre los bogotanos; en otras palabras, no tienen opiniones negativas sobre los bogotanos tan fuertemente arraigadas como los informantes de los estratos populares. Sin embargo, algunos porcentajes de las opiniones positivas pueden interpretarse como pseudoconsideración hacia otros, cuyo objetivo es proteger sus propias imágenes positivas, para que no se piense que ellos son “malos” en esta sociedad, donde el no hablar mal de la gente es un valor dominante (van Dijk, 1999, p. 201). A saber, todos tienen deseo de que los otros los vean como buenas personas que es una imagen positiva según Goffman (1967).

No obstante, como se ha descrito arriba, aunque algunos de ellos lo hayan expresado por pseudoconsideración, es ilógico interpretar que todos lo hayan hecho por esta razón. Es decir, algunos de ellos pueden opinarlo sinceramente. Este asunto nos parece muy importante para ver más adelante la razón del uso frecuente del *tú* en las relaciones familiares en los estratos altos de Medellín (Jang, 2010). Este aspecto se analizará más tarde con más profundidad.

Ahora bien, obsérvese cuáles son las opiniones negativas más repetidas sobre los bogotanos en la siguiente tabla:

**Tabla 5:** Opiniones negativas sobre los bogotanos

Ambicioso	1	Feo	2	Ocupado	1
Chicanero	3	Frio	81	Odioso	1
Clasista	9	Grosero	38	Pasivo	3
Cochino	2	Horrible	1	Perezoso	2
Complicado	2	Hostil	1	Pesimista	5
Conservador	3	Inaceptable	1	Pésimo	1
Creído	60	Injusto	1	Pinchado	4
Desagradable	3	Insensible	1	Raro	1
Desanimado	1	Inservible	2	Regular	1
Desaseado	3	Intolerable	1	Seco	50
Deshonesto	2	Intolerante	3	Tacaño	2
Desordenado	4	Irresponsable	1	Tonto	6
Despreciado	1	Loco	1	Vergonzoso	1
Egoísta	9	Malo	4	Violento	3
Envidioso	1	Mañé	1	Vivo	2
Estresado	3	Megalomaniático	1	Total general	375
Falso	4	Mentiroso	1		
Fastidioso	38	Monótono	2		

En la encuesta se observaron 375 opiniones negativas en forma de adjetivo, y las opiniones más repetidas son: *frío*, *creído*, *seco*, *fastidioso* y *grosero*. Se puede afirmar que estos conceptos son muy importantes para los informantes de este grupo medellinense al evaluar a los bogotanos. Es muy interesante comparar estas opiniones negativas más repetidas sobre los bogotanos (opiniones negativas sobre los otros) con las opiniones positivas más repetidas sobre sí mismos (autopresentación positiva):

- Autopresentación positiva: *amable, emprendedor, amigable, alegre, trabajador y servicial*, más repetidas sobre los bogotanos; por ejemplo, *amable, amigable y alegre* con *frío o seco*.
- Opiniones negativas sobre los otros: *frío, creído, seco, fastidioso y grosero*.

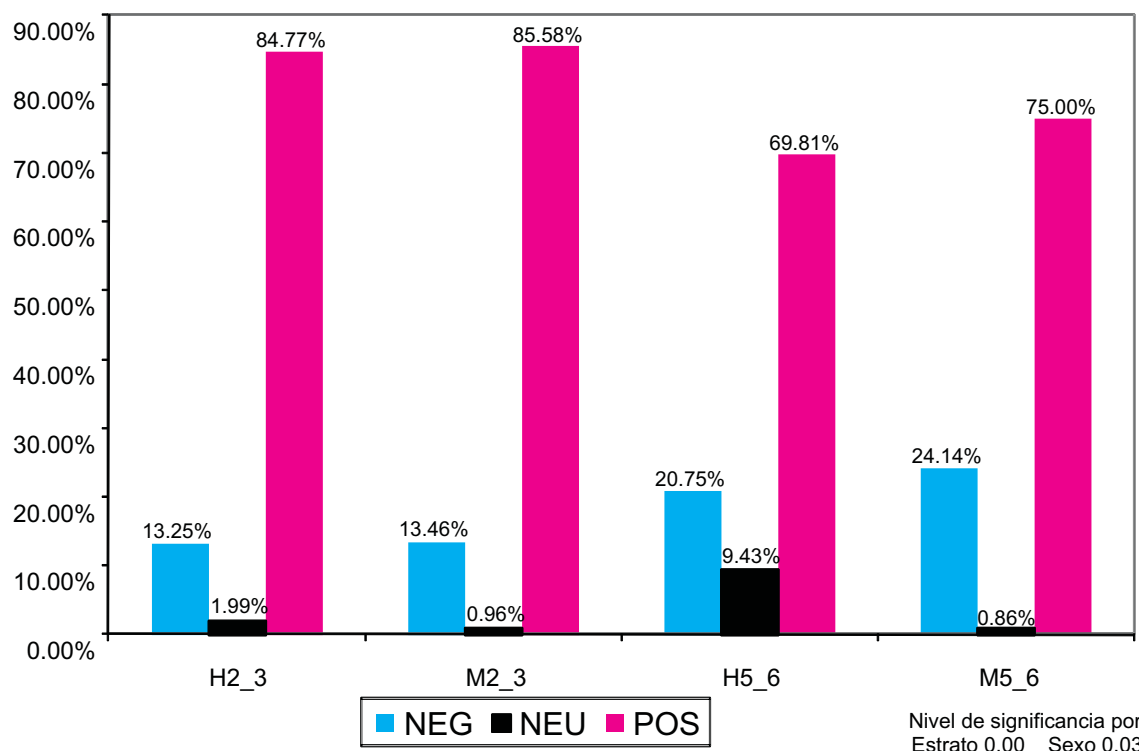
Se puede observar que algunas de las opiniones positivas más repetidas sobre sí mismos ofrecen un contraste con algunas de las opiniones negativas

#### 4.2.2 Opiniones sobre la forma de hablar

Ahora se analiza el uso frecuente del *vos* con base en los datos acerca de las opiniones sobre la forma de hablar de los medellinenses y de los bogotanos.

##### 4.2.2.1 Los antioqueños sobre sí mismos

Figura 5: Opiniones de los antioqueños sobre la forma de hablar de sí mismos



En la Figura 5, se observa que la gran mayoría de los informantes de los estratos populares y la mayoría de los informantes de los estratos altos tienen opiniones positivas sobre su forma de hablar. Aquí, de nuevo, claramente se observa la autopresentación positiva (van Dijk, 1999, p. 333), como se ha visto más arriba cuando se analizaron opiniones positivas generales sobre sí mismos. Este resultado es lógico porque los informantes valoran todo lo que pertenece a su grupo por el sentido

de pertenencia. De este hecho, nuevamente, se puede desprender que los informantes vosean por el sentido de pertenencia al grupo. A propósito, se debe considerar el hecho de que los informantes de los estratos altos tienen menos opiniones positivas que los informantes de los estratos populares sobre su forma de hablar. Este aspecto se verá más adelante. Ahora bien, obsérvese la Tabla 6 donde aparecen las opiniones concretas sobre su forma de hablar:

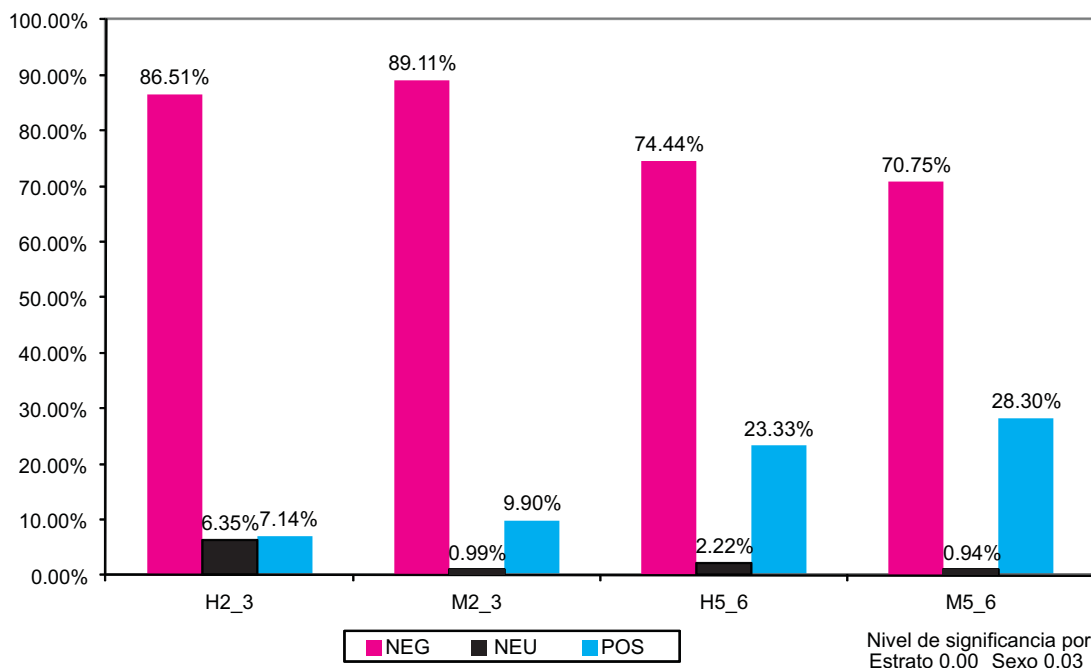
**Tabla 6:** Opiniones positivas sobre su forma de hablar

Agradable	51	Cultural	3	Respetuoso	16
Alegre	13	Educado	7	Sencillo	73
Amable	16	Emprendedor	4	Servicial	3
Amigable	35	Excelente	1	Sincero	11
Bacano	34	Extenso	1	Tierno	1
Bello	4	Inteligente	2	Tradicional	11
Verraco	1	Interesante	1	Único	7
Correcto	54	Lo mejor	1	Universal	1
Bueno	15	Modesto	1	Variado	2
Cívico	1	Orgullosa	1	Total general	379
Común	1	Pacífico	4		
Convincente	1	Refinado	2		

Según la Tabla 6, en la encuesta se observaron 379 opiniones positivas en forma de adjetivo. Las opiniones más repetidas son: *sencillo*, *correcto*<sup>12</sup>, *agradable*, *amigable* y *bacano*. Se puede pues afirmar que estos valores son trascendentales para los informantes de este grupo medellinense al evaluar la forma de hablar de sí mismos.

4.2.2.2 Los antioqueños sobre los otros

**Figura 6:** Opiniones de los antioqueños sobre la forma de hablar de los bogotanos



74

De acuerdo con la Figura 6, la gran mayoría de los informantes de los estratos populares y la mayoría de los informantes de los estratos altos expresaron opiniones negativas sobre la forma de hablar de los bogotanos. Este resultado contrasta con el alto porcentaje de opiniones positivas sobre su

propia forma de hablar. Aquí, de nuevo, se observa claramente la presentación negativa de los otros (van Dijk, 1999, p. 333), como se ha visto más arriba cuando se analizaron opiniones negativas generales sobre los bogotanos.

<sup>12</sup> En la categoría de correcto incluyen los asuntos lingüísticos como el fonético, etc.

Este resultado también es razonable, porque los informantes niegan cualquier cosa que pertenezca al otro grupo por la presentación negativa de los otros, que se asociará con el deseo de querer resguardar su identidad, derivado del sentido de pertenencia a su grupo. Como se vio, los miembros de un grupo forman una barrera contra los otros grupos cuyo objeto es guardar su identidad diferenciándose de los otros. Obviamente, la presentación negativa de los otros se asocia con la autopresentación positiva. Es por ésta que los miembros de un grupo valoran todo lo que pertenece a su grupo y que puede hacer parte de su identidad. Por el contrario, por aquella, niegan todo lo que pertenece a otros grupos que pueden hacer parte de la identidad de ellos; a saber, el objetivo principal de la presentación negativa de los otros es valorar la identidad de su propio grupo. Al negar a los otros, se valoran relativamente más a sí mismos. Desde luego que los miembros de un grupo tratan de guardar su identidad para seguir siendo ellos mismos, no como cualquier otra persona, sino únicos; así que tienden a diferenciarse de los otros. Por ello, los informantes no usarán la forma de hablar que *creen* que pertenece a otros grupos, sino la forma que pertenece a su propio grupo. En esta forma de hablar, se pueden incluir la entonación, el léxico, el acento y los pronombres. Muchos informantes afirmaron que el acento bogotano es muy desagradable porque es muy agudo, en cambio, su propio acento es agradable porque es sonoro. Cabe mencionar nuevamente que la mayoría de los informantes afirma que donde se habla de *tú* es en Bogotá o en la Costa, y no en Antioquia. En esta investigación, se analizaron sólo opiniones sobre el carácter personal y la forma de hablar, pero, muy posiblemente, los informantes opinarán negativamente sobre cualquier otra cosa que pertenezca al grupo bogotano, por ejemplo, la forma de vestir, la comida, el sistema de transporte (los informantes muy posiblemente evaluarían mejor el Metro que el Transmilenio), etc. Por todo lo descrito anteriormente, los informantes hablan de *vos*.

A propósito, se debe considerar el hecho de que los informantes de los estratos altos tienen menos

opiniones negativas que los informantes de los estratos populares sobre su forma de hablar. Esto se verá más adelante.

Ahora bien, obsérvese las opiniones negativas concretas sobre la forma de hablar de los bogotanos en la Tabla 6:

**Tabla 6:** Opiniones negativas sobre la forma de hablar de los bogotanos

Agresivo	1	Grosero	17	Monótono	1
Ambiguo	3	Horrible	9	Montañero	3
Chicanero	1	Horrible acento	1	Nada interesante	2
Clasista	1	Ilógico	1	Perezoso	2
Complicado	5	Infantil	1	Pésimo	1
Creído	17	Inseguro	1	Pinchado	8
Despectivo	1	Intolerable	1	Raro	10
Egoísta	2	Irónico	2	Ridículo	9
Exagerado	2	Irrespetuoso	1	Roncón	1
Falso	5	Incorrecto	79	Seco	9
Fastidioso	102	Malo	3	Tonto	6
Feminizante	1	Mañé	3	Triste	1
Feo	15	Medioocre	1	Total general	341
Frío	11	Mimado	1		

Según la Tabla 6, en la encuesta se observaron 341 opiniones negativas en forma de adjetivo. Las opiniones más repetidas son: *fastidioso*, *incorrecto*, *creído* y *grosero*. Se puede decir que estos conceptos son primordiales para los informantes de este grupo medellinense al evaluar la forma de hablar de los bogotanos. Por otra parte, es muy interesante comparar estas opiniones negativas más repetidas sobre la forma de hablar de los bogotanos (opiniones negativas sobre los otros) con las opiniones positivas más repetidas sobre la forma de hablar de sí mismos (autopresentación positiva):

- Autopresentación positiva: *sencillo*, *correcto*, *agradable*, *amigable* y *bacano*.
- Opiniones negativas sobre los otros: *fastidioso*, *incorrecto*, *creído*, y *grosero*.

Se puede observar que algunas de las opiniones positivas más repetidas sobre la forma de hablar de

sí mismos ofrecen un contraste con algunas de las opiniones negativas más repetidas sobre la forma de hablar de los bogotanos; por ejemplo, *sencillo* con *creído* y *agradable* con *fastidioso*. A propósito, véase nuevamente las opiniones positivas generales más repetidas sobre sí mismos y las opiniones negativas generales más repetidas sobre los otros:

- Autopresentación positiva: *amable, emprendedor, amigable, alegre, trabajador y servicial*.
- Opiniones negativas sobre los otros: *frío, creído, seco, fastidioso y grosero*.

Compáreselas con la autopresentación positiva más repetida sobre la forma de hablar y las opiniones negativas más repetidas sobre la forma de hablar de los otros. Se observa que algunas de las opiniones positivas generales más repetidas sobre sí mismos coinciden con algunas de las opiniones positivas más repetidas sobre la forma de hablar de sí mismos; por ejemplo, NOSOTROS somos *amigables* y hablamos *amigablemente*. Y también se observa que algunas de las opiniones negativas generales más repetidas sobre los otros coinciden con las opiniones negativas más repetidas sobre la forma de hablar de otros; por ejemplo, ELLOS son *creídos, fastidiosos y groseros*, y hablan *creída, fastidiosa y groseramente*.

#### 4.2.2.3 ¿Por qué se tutea más en los estratos altos que en los estratos populares?

Anteriormente se ha visto que los informantes de los estratos altos tienen menos opiniones negativas sobre los bogotanos y sobre su forma de hablar. Para ver este aspecto, cabe mencionar las palabras de una informante de estrato popular (E es entrevistador e I es informante):

I: Aquí en Medellín, casi no se tutea [...], de pronto, en los estratos muy altos.

E: ¿Por qué?

I: No sé, de pronto, tienen más ocasiones de viajar.

E: ¿Eso qué quiere decir?

I: Pues tienen más ocasiones de acercarse a la forma de hablar de otras regiones.

E: ¿Otras regiones donde se tutea?

I: Sí.

Es decir, el informante se refiere a que las personas de los estratos altos tienen más ocasiones de conocer otros lugares que las personas de los estratos populares, y, muy posiblemente, de conocer Bogotá. Es decir, las primeras tienen más *conocimientos* sobre los bogotanos que las segundas. Por esta razón, las primeras tienen menos *prejuicios* que las segundas. Este hecho, precisamente, coincide con lo que dice van Dijk “el conocimiento sobre otros grupos en general reduce los prejuicios y los estereotipos (1999, p. 85).

Sobra decir que estos informantes pueden tener menos opiniones negativas no sólo sobre los bogotanos, sino también sobre las personas de otras regiones. En otras palabras, los informantes de estratos altos tienen más ocasiones de acercarse al tuteo, por lo que no son tan reacios a aceptar esta forma de hablar. De todas maneras, no es arriesgado interpretar que este aspecto está influyendo en el uso frecuente del *tú* en los estratos altos, y el uso menos frecuente del *tú* en los estratos populares en Medellín.

## 5. DISCUSIÓN

A partir de los análisis realizados, se podría formular una hipótesis.

En aquella época en que los peninsulares llegaban como colonizadores al Nuevo Mundo, la política peninsular exhortaba a la intensificación de *vuestra merced* y *tú*, y a la desvaloración de *vos* en América, por el problema del doble valor del voseo. De esta manera, en algunas regiones hispanoamericanas desapareció el voseo y el tuteo fue ganando terreno. Varios investigadores (Montes, 1967, pp. 22-23; Fontanella, 1976, p. 269; Cisneros, 1996, p. 40) sustentan la tesis de que la razón de la desaparición o la permanencia del voseo en algunas regiones,



o el factor del grado de la vitalidad del voseo en algunos lugares, radica en el factor geográfico. Es decir, el grado de intensificación del lazo con la política o la cultura peninsular. Así, donde había fácil acceso a la política o a la cultura peninsular, como en la Ciudad de México o en Lima, donde había virreinos (Hummel, 2010b, p. 386; Páez, 1981, pp. 76, 98; Vázquez & Orozco, 2010, pp. 249-252) —o en sus alrededores— (Hummel, 2010a, pp. 295-296), se siguió el cambio lingüístico que se estaba imponiendo. En cambio, donde no había fácil acceso a esa política y a esa cultura, no se siguió este cambio (M. Steffen, 2010, p. 434; Torrejón, 2010, pp. 418-421; von Büchau, 2006, p. 134; Vázquez & Orozco, 2010, p. 256).

De esta manera en algunas regiones de Colombia también sobrevivió el voseo (Montes 1967, pp. 22-24). Ahora bien, acerca del voseo antioqueño, Montes (1967, p. 33) ha destacado que en ninguna otra zona parecería alcanzar el voseo tal generalidad e intensidad de uso en todas las clases sociales. Además, Montes (1967, p.40) dice que el tuteo antioqueño guardaba cierto matiz despectivo e insultante en algunos estratos populares.<sup>13</sup>

A pesar de todo lo descrito anteriormente, Montes (1967, pp. 37-38) formuló la hipótesis de que a medida que avanzara la culturización de la población colombiana, el voseo seguiría decayendo y, tal vez, desaparecería del todo en el curso de algunos decenios, así como otros usos considerados vulgares.

Esta hipótesis no prosperó, ya que el voseo está muy generalizado en todos los estratos sociales medellinenses (Jang, 2010, 2012). Para poder decir por qué no desapareció, se necesita una investigación más profunda y enfocada sobre el factor diacrónico. Sin embargo, por lo menos por ahora, cabe proponer una hipótesis: el voseo antioqueño no va a desaparecer, en gran parte debido al sentido de pertenencia (sentimiento afectivo) tan fuerte al grupo paisa que tienen los

antioqueños; y también por la opinión negativa que tienen los antioqueños sobre los miembros de otras regiones colombianas, cuyo objetivo es marcar la diferencia y sobresalir entre los otros para preservar su identidad.

## 6. CONSIDERACIONES FINALES

Como consideraciones finales, primero se puede decir que, como pasa en otras regiones hispanohablantes (Álvarez & Freitas, 2003, pp. 113-115; Malaver, 2002, pp. 192-193), el sentido de pertenencia (sentimiento afectivo) al grupo regional se asocia con la actitud lingüística. Debido a este sentimiento, las personas de la ciudad de Medellín emplean el *vos*.

Igualmente, se puede afirmar que en Medellín se utiliza el *vos*, porque como se observa en otras regiones de habla hispana con respectivos tratamientos (Álvarez & Carrera, 2006, p. 121; Álvarez y Chumaceiro, 2010, p. 949; Álvarez & Freitas, 2010, pp. 332-335; Freitas & Zambrano, 2010, p. 918; Carricaburo, 2010, p. 471; Hummel, 2010c, p. 499; Noblia, 2001, p. 151), el *vos* es símbolo de la identidad del grupo regional (paisa), que a la vez se asocia con el sentido de pertenencia (sentimiento afectivo) a su grupo.

También cabe indicar que, como han apuntado algunos autores en diferentes regiones hispanoparlantes (Martín, 1993, p. 269; Murillo, 2003, p. 136-137), el empleo del *vos* se asocia con la autopresentación positiva (opiniones positivas sobre sí mismos) de las personas de la ciudad de Medellín, que se deriva del sentido de pertenencia (sentimiento afectivo) a su grupo.

Asimismo, se puede afirmar que, como pasa en otras comunidades hispanohablantes (Martín, 1993, p. 269), las opiniones negativas de las personas de la ciudad de Medellín sobre las personas de otras regiones se asocian con el uso frecuente de *vos* (los paisas creen que el *tú* es la característica

<sup>13</sup> En otros sitios en general, el voseo fue el que se consideró como irrespetuoso o falto de consideración.

de otros grupos), porque las opiniones negativas sobre los otros se asocian con el querer preservar su identidad social, diferenciándose de los otros, que se asocia con el sentido de pertenencia a su grupo.

Por último, desde la perspectiva diacrónica amplia, al analizar el estudio de Montes (1967) y el de Páez (1981), es posible señalar que en Medellín se considera más bien que el *tú* no es el trato propio de esta región, o lo que es lo mismo, es un nuevo trato comparado con el *vos*. De hecho, algunos ancianos confiesan que no saben cómo conjugar los verbos para este tratamiento. Por otra parte, un informante relativamente joven (unos treinta

años) de origen rural antioqueño dice que el *tú* no es de aquí, sino que es extranjero. En cierto sentido, como apunta Murillo (2003, p. 135) para el caso de Costa Rica, y como señalan Álvarez y Carrera (2006, pp. 124-125) para el caso de Venezuela, el tratamiento de *tú* puede estar difundido paulatinamente en la comunidad estudiada por los medios de comunicación, y su uso se ha generalizado en comparación con décadas y siglos anteriores. No obstante, por todo lo mencionado anteriormente podemos señalar que, como apunta Cisneros (1998, p.90), para el mundo voseante en general, el voseo antioqueño no va a desaparecer, al menos a corto plazo.<sup>14</sup>

---

<sup>14</sup> Como dice Lope (1972), por ejemplo, es difícil para un miembro de un grupo social abandonar su identidad social: "Pedir a un bogotano, por ejemplo, que abandone cualquier peculiaridad propia de su norma para adoptar la forma correspondiente de la norma mexicana o limeña, resultaría no solo inútil, sino tal vez ofensivo" (p. 41).

REFERENCIAS

- Agheysi, R. & Fishman, J. (1970). Language Attitude studies. A brief survey of methodological approaches. *Anthropological Linguistics*, 12, 137-157.
- Alvar, M. (1986). *Hombre, etnia, estado. Actitudes lingüísticas en Hispanoamérica*. Madrid, España: Gredos.
- Álvarez, A. & Carrera, M. (2006). El usted de solidaridad en el habla de Mérida. En M. Schrader-Kniffki (Ed.), *La cortesía en el mundo hispánico. Nuevos contextos, nuevos enfoques metodológicos* (pp. 117-130). Frankfurt, Alemania: Vervuert Iberoamericana.
- Álvarez, A. & Chumaceiro, I. (2010). La construcción de la identidad del hablante en el uso pronominal. En M. Hummel et. al. (eds.), *Formas y fórmulas de tratamiento en el mundo hispánico* (pp. 945-964). México D.F., México: Colegio de México.
- Álvarez, A. & Freites F. (2003). Normas de prestigio y normas de poder: actitudes lingüísticas en los Andes Venezolanos. *Oralia*, 6, 89-117.
- Álvarez, A. & Freites F. (2010). Los estudios sobre pronombres de segunda persona en Venezuela. En M. Hummel et. al., (eds.), *Formas y fórmulas de tratamiento en el mundo hispánico* (pp. 325-339). México DF, México: Colegio de México.
- von Büchau, M. (2006). Las formas de tratamiento en el español cubano del siglo XIX. En M. Schrader-Kniffki (Ed.), *La cortesía en el mundo hispánico. Nuevos contextos, nuevos enfoques metodológicos* (pp. 131-138). Frankfurt, Alemania: Vervuert Iberoamericana.
- Carricaburo, N. (2010). Estudios fundantes del voseo en la Argentina. En M. Hummel et. al. (Eds.), *Formas y fórmulas de tratamiento en el mundo hispánico* (pp. 465-481). México D.F., México: Colegio de México.
- del Castillo, N. (1982). Testimonios del uso de “vuestra merced”, “vos” y “tú” en América (1500-1600). *Thesavrus*, 37(3), 602-644.
- Cisneros, M. (1996). Aspectos histórico-pragmáticos del voseo. *Thesavrus*, 51(1), 27-43.
- Cisneros, M. (1998). Hacia un estudio del voseo. Aspectos históricos, pragmáticos y morfológicos de los tratamientos de segunda persona singular. *Litterae*, 7, 76-94.
- Cooper, R. & Fishman, J. (1974). The study of language attitudes. *Linguistics*, 136, 5-19.
- van Dijk, T. (1999). *Ideología*. Barcelona, España: Gedisa.
- Fasold, R. (1984). *The Sociolinguistics of Society*. Oxford, Inglaterra: Basil Blackwell.
- Fernández, F. 1982. Actitudes lingüísticas: un sondeo preliminar. En O. Alba (Ed.), *El español del Caribe. Ponencias del VI Simposio de dialectología* (pp. 87-104). Santiago de Los Caballeros, República Dominicana: Universidad Católica Madre y Maestra.
- Fontanella, M. (1976). Analogía y confluencia paradigmática en formas verbales de voseo. *Thesavrus*, 31(2), 249-272.
- Freites, F., & Zambrano, W. (2010). De la preferencia de *usted* sobre *tú* en el habla andina venezolana. En M. Hummel et. al. (Eds.), *Formas y fórmulas de tratamiento en el mundo hispánico* (pp. 901-921). México D.F., México: Colegio de México.
- Giles, H. & Ryan, E. (1982). Prolegomena for developing a social psychological theory of language attitudes. En E. Ryan et al. (Eds.), *Attitudes toward language variation* (pp. 208-223). Londres, Inglaterra: Edward Arnold.
- Goffman, E. (1967). *Interaction ritual: essays on face-to-face behavior*. Garden City, NY: Anchor.
- Hummel, M. (2010a). El estudio de las formas de tratamiento en las Antillas hispanohablantes. En M. Hummel et. al.(Eds.), *Formas y fórmulas de tratamiento en el mundo hispánico* (pp. 293-323). México D.F., México: Colegio de México.
- Hummel, M. (2010b). El estudio de las formas de tratamiento en Perú. En M. Hummel et. al. (Eds.), *Formas y fórmulas de tratamiento en el mundo hispánico* (pp. 375-398). México D.F., México: Colegio de México.
- Hummel, M. (2010c). La investigación del uso de las formas y fórmulas de tratamiento en la diversidad sociolingüística del español en Estados Unidos: una tarea pendiente. En M. Hummel et. al. (Eds.), *Formas y fórmulas de tratamiento en el mundo hispánico* (pp. 483-504). México D.F., México: Colegio de México.
- Jang, J. (2009). *Fórmulas de tratamiento pronominales en los jóvenes universitarios de Medellín: una aproximación socio-pragmática*. (Disertación de tesis doctoral sin publicar). Kansai Gaidai University, Japón.

- Jang, J. (2010). Fórmulas de tratamiento pronominales en los jóvenes universitarios de Medellín (Colombia) desde la óptica socio-pragmática: estrato socioeconómico y sexo. *Íkala, revista de leguaje y cultura*, 15(26), 43-116.
- Jang, J. (2012). Correlaciones entre la selección pronominal, el origen urbano / rural y la edad: el caso de jóvenes universitarios de Medellín (Colombia). *Íkala, revista de lenguaje y cultura*, 17(2), 145-166.
- Lope, J. (1972). El concepto de prestigio y la norma lingüística del español. *Anuario de Letras*, 10, 29-46.
- López, H. (1979). Velarización de /RR/ en el español de Puerto Rico: Índices de actitud y creencias. En H. López (Ed.), *Dialectología y sociolingüística. Temas puertorriqueños* (pp. 107-130). Madrid, España: Hispanova de Ediciones.
- López, H. (1989). *Sociolingüística*. Madrid, España: Gredos.
- Macnamara, J. (1973). Attitudes and learning a second language. En R. Shuy et al. (Eds.), *Language attitudes: current trends and prospects* (pp. 36-40). Washington, D.C.: Georgetown University Press.
- Malanca, A. & Prevedello, N. (1986). Actitud del hablante ante su lengua. Estudio del español hablado en la Argentina mediterránea. *Anuario de Letras*, 24, 387-406.
- Malanca, A., Prevedello, N. & Toniolo, M. (1981). Actitud del hablante frente a su lengua. Resultado de una encuesta realizada en la ciudad de Córdoba (Argentina). *Lingüística Española Actual*, 3, 33-47.
- Malaver, I. (2002). Dime cómo crees que hablas y te diré quién eres. Actitudes lingüísticas en la comunidad de habla caraqueña. *Oralia*, 5, 181-201.
- Martín, P. (1993). Actitudes y creencias lingüísticas en inmigrantes dialectales. El caso de Madrid. *Lingüística Española Actual*, 15(2), 265-296.
- Montes, J. (1967). Sobre el voseo en Colombia. *Thesaurus*, 22(1), 21-44.
- Moreno, F. (1988). *Sociolingüística en EE UU (1975-1985)*. Guía bibliográfica crítica. Málaga, España: Ágora.
- Murillo, J. (2003). La cortesía verbal en situaciones de habla en Costa Rica: hacia la comprensión de la imagen social en su contexto sociocultural. En D. Bravo (Ed.), *Actas del Primer Coloquio del programa EDICE: "La perspectiva no etnocentrista de la cortesía: identidad sociocultural de las comunidades hispanohablantes"* (pp. 128-142). Estocolmo, Suecia: Universidad de Estocolmo.
- Noblia, M. (2001). Más allá de la "Netiquette". La negociación de la cortesía y del español en las "chats". *Oralia*, 4, 149-175.
- Páez, I. (1981). *Historia y geografía hispanoamericana del voseo*. Caracas, Venezuela: La casa de Bello.
- Quilis, A. (1983). Actitud de los ecuatoguineanos ante la lengua española. *Lingüística Española Actual*, 5, 269-275.
- Rojó, G. (1981). Conductas y actitudes lingüísticas en Galicia. *Revista Española de Lingüística*, 11(2), 269-310.
- Ryan, E., Giles, H., & Hewstone, M. (1988). The measurement of language attitudes. En U. Ammon et al. (Eds.), *Sociolinguistics: An International Handbook of the Science of Language and Society* (pp. 1068-1081). Berlin, Alemania: Walter de Gruyter.
- Ryan, E., Giles, H., & Sebastian, R. (1982). An integrative perspective for the study of attitudes toward language variation. En E. Ryan et al. (Eds.), *Attitudes toward language variation* (pp. 1-19). Londres, Inglaterra: Edward Arnold.
- Saville-Troike, M. (1982). *The ethnography of communication*. Oxford, Inglaterra: Blackwell.
- Shuy, R., & Williams, F. (1973). Stereotyped attitudes of selected English dialect communities. En R. Shuy et al. (Eds.), *Language attitudes: current trends and prospects* (pp. 85-96). Washington, D.C.: Georgetown University Press.
- Steffen, J. (2010). El tratamiento en Uruguay. En M. Hummel et al. (Eds.), *Formas y fórmulas de tratamiento en el mundo hispánico* (pp. 449-464). México DF, México: Colegio de México.
- Steffen, M. (2010). El tratamiento en Paraguay. En M. Hummel et al. (eds.), *Formas y fórmulas de tratamiento en el mundo hispánico* (pp. 429-448). México D.F., México: Colegio de México.
- Torrejón, A. (2010). El voseo en Chile: una aproximación diacrónica. En M. Hummel et al. (Eds.), *Formas y fórmulas de tratamiento en el mundo hispánico* (pp. 413-427). México D.F., México: Colegio de México.
- Uber, D. (2010). Formas y fórmulas de trato en situaciones laborales en Santiago de Chile y Buenos Aires. En M. Hummel et al. (Eds.), *Formas y fórmulas*

- de tratamiento en el mundo hispánico* (pp. 1051-1080). México DF, México: Colegio de México.
- Vázquez, M., & Orozco, L. (2010). Formas de trato del español en México. En M. Hummel et. al. (Eds.), *Formas y fórmulas de tratamiento en el mundo hispánico* (pp. 247-269). México D.F., México: Colegio de México.
- Williams, F. (1973). Some research notes on dialect attitudes and stereotypes. En R. Shuy et al.(Eds.), *Language attitudes: current trends and prospects* (pp. 113-128). Washington, D.C.: Georgetown University Press.
- Williams, F. (1974). The identification of linguistic attitudes. *Linguistics*, 136, 21-32.
- Wölck, W. (1973). Attitudes toward Spanish and Quechua in bilingual Peru. En R. Shuy et al.(Eds.), *Language attitudes: current trends and prospects* (pp. 129-147). Washington, D.C.: Georgetown University Press.
- Woolard, K. (1984). A formal measure of language attitudes in Barcelona: a note from work in progress. *International Journal of the Sociology of Language*, 47, 63-71.

**How to reference this article:** Jang, J. (2013). Voseo medellinense como expresión de identidad paisa. *Íkala, revista de lenguaje y cultura*, 18(1), 61-81.