



**VARIACIÓN SOCIOLINGÜÍSTICA EN EL USO DE LAS FÓMULAS DE
TRATAMIENTO NOMINAL (FTN) PARA LOS AMIGOS EN EL ESPAÑOL
COLOQUIAL DE CALI, MEDIANTE LA RED SOCIAL FACEBOOK (UNA
COMPARACIÓN ENTRE EL USO QUE LE DAN LOS HOMBRES Y LAS MUJERES)**

**PRESENTADO POR:
JACKSILYN GARCIA ALVAREZ
202025094-3262**

**PRESENTADO POR:
JACKSILYN GARCIA ALVAREZ
202025094-3262**

**UNIVERSIDAD DEL VALLE
FACULTAD DE HUMANIDADES
ESCUELA DE CIENCIAS DEL LENGUAJE
DEPARTAMENTO DE LINGÜÍSTICA Y FILOLOGÍA
PROGRAMA DE LICENCIATURA EN ESPAÑOL Y FILOLOGÍA**

**CALI, COLOMBIA.
2024**

Dedicatoria

A mi madre

A mi madre, cuyo amor incondicional y resiliencia han sido el pilar que me sostuvo en el camino. Gracias por ser ejemplo de perseverancia y constancia. Este logro es tan mío como tuyo, por todo lo que has dado sin esperar nada a cambio.

A mis abuelos

A mis abuelos, quienes con su ejemplo de fortaleza me mostraron la importancia de la persistencia. Su apoyo incondicional ha sido una guía invaluable para alcanzar esta meta, gracias por ser mi refugio en este camino.

A mí

A mí misma, por transformar cada obstáculo en una oportunidad de aprendizaje. Este es el fruto de mi esfuerzo y la prueba de que soy capaz de conquistar cualquier meta que me proponga.

Agradecimientos

A mi asesora

A mi asesora de Trabajo de Grado, Margareth Marmolejo por su constante apoyo y orientación en cada etapa de este proyecto. Su conocimiento, disposición y motivación me ayudaron a superar los desafíos y a alcanzar este importante logro.

Tabla de contenido

Resumen.....	4
Abstract	4
1 Introducción	5
2 Problema de Investigación.....	7
3 Antecedentes	10
4 Objetivos	18
5 Marco Teórico.....	18
5.1 Redes Sociales Virtuales.....	18
5.1.1 Facebook.....	19
5.2 Habla Coloquial	21
5.3 Pragmática.....	21
5.4 Cortesía Verbal	22
5.4.1 Cortesía Positiva	23
5.4.2 Cortesía Negativa.....	23
5.5 Fórmulas de Tratamiento	24
5.5.1 Formas de Tratamiento Nominal	24
6 Metodología	26
7 Resultados y discusión.....	31
8 Conclusiones	49
9 Referencias.....	52

Resumen

El presente estudio analiza la variación sociolingüística en el uso de las Fórmulas de Tratamiento Nominal (FTN) en el español coloquial de Cali, haciendo una comparación entre el uso que le dan los hombres y las mujeres en la red social Facebook. Se examina cómo estas FTN reflejan las relaciones interpersonales, así como la influencia del género en su uso. Los resultados obtenidos muestran que las mujeres hacen más uso de FTN de tipo cariñosas y emotivas para dirigirse a sus amigos, mientras que los hombres hacen más uso de FTN de tipo familiar, reflejando vínculos de hermandad. Esta investigación contribuye a la serie de estudios sociolingüísticos previos sobre el uso de FTN en entornos digitales, como el de Placencia y Lower (2022).

Palabras clave: fórmulas de tratamiento nominal, español coloquial, género, Facebook.

Abstract

This study analyzes the sociolinguistic variation in the use of Nominal Treatment Formulas (NTF) in the colloquial Spanish of Cali, comparing the usage between men and women on the social network Facebook. It examines how these NTF reflect interpersonal relationships and the influence of gender on their use. The results show that women use more affectionate and emotional NTF to address their friends, while men use more familiar NTF, reflecting bonds of brotherhood. This research contributes to the series of previous sociolinguistic studies on the use of NTF in digital environments, such as the one by Placencia and Lower (2022).

Keywords: nominal treatment formulas, colloquial Spanish, gender, Facebook.

1 Introducción

La variación lingüística es un fenómeno intrínseco de las lenguas del mundo y resulta particularmente interesante cuando se estudia en contextos específicos, como el español coloquial de Cali, Colombia, en el marco de la comunicación digital a través de la red social Facebook. De acuerdo con ello, el presente estudio busca analizar la variación en el uso de las fórmulas de tratamiento nominal (FTN) para la amistad, específicamente en la comparación entre el uso que le dan hombres y mujeres en este contexto digital y urbano.

El español coloquial de Cali se caracteriza por su riqueza fonética, léxica y gramatical, influida por diversos factores socioculturales propios de la región. Esta ciudad, situada en el departamento de Valle del Cauca, ha experimentado un crecimiento demográfico y cultural significativo en las últimas décadas, de modo que se ha convertido en un crisol de expresiones lingüísticas que reflejan la diversidad de su población. Según datos del Censo Nacional de Población y Vivienda de 2018, Cali cuenta con una población de aproximadamente 2,5 millones de habitantes, lo que la convierte en la tercera ciudad más poblada de Colombia (Departamento Administrativo Nacional de Estadística [DANE], 2019).

El uso de las redes sociales, en particular Facebook, ha permeado todos los aspectos de la vida cotidiana en Cali, generando lo que se ha denominado comunidades virtuales. Precisamente, Rheingold (1993) define la comunidad virtual como “la agregación social que emerge de la Red cuando suficiente gente desarrolla discusiones públicas lo suficientemente largas, con suficiente sentimiento humano, formando redes de relaciones personales en el ciberespacio” como se citó en (Salinas, 2003, p. 3). Lo anterior ha transformado la manera en que las personas se comunican y establecen relaciones sociales. Por lo tanto, en un contexto donde la interacción digital es cada vez más frecuente, resulta relevante investigar cómo se refleja esta realidad en el uso del lenguaje,

específicamente en lo que respecta a las formas de tratamiento utilizadas para dirigirse a los amigos.

Ahora bien, las FTN son un componente esencial de la variación lingüística en español, puesto que evidencian la relación interpersonal entre hablantes y el grado de familiaridad, respeto o cortesía que desean transmitir,

En ese sentido, las fórmulas de tratamiento nominales (FTN) reflejan el tipo de relación que se tiene con el interlocutor y al mismo tiempo vehiculan un sinnúmero de valores semántico-pragmáticos que están en relación con el efecto que se quiere producir en el interlocutor (Castellano, 2012, p. 125).

En el ámbito de la amistad en las redes sociales, el uso de las FTN puede ser especialmente revelador, debido a que permite observar cómo los usuarios construyen y mantienen relaciones virtuales a través del lenguaje. El género, por otro lado, ha sido identificado como un factor significativo en la variación lingüística, con investigaciones previas que sugieren que hombres y mujeres pueden manifestar preferencias distintas en cuanto a su uso. Es de señalar que estudios como el de Fishman (1983 citado en Zapata 2001) han demostrado que el lenguaje femenino está encaminado a asegurar respuestas, de ahí el hecho de que las mujeres tiendan a hacer más preguntas que los hombres. En contraste a esto, el lenguaje masculino se caracteriza por ser conciso, por ser un lenguaje que no busca conversaciones largas.

En ese orden de ideas, la combinación de estos dos aspectos (la variación en el uso de las FTN y las diferencias de género en el lenguaje) ofrece un marco teórico rico y complejo para analizar el español coloquial de Cali en el contexto de Facebook. Al estudiar cómo hombres y mujeres utilizan las FTN para referirse a sus amigos en esta plataforma, es posible obtener datos valiosos sobre las dinámicas lingüísticas y socioculturales en juego en la comunicación digital de una ciudad tan diversa como Cali.

El objetivo principal de este trabajo es, por ende, realizar una comparación exhaustiva entre el uso que le dan hombres y mujeres a las FTN para los amigos en el español coloquial de Cali, mediante el análisis de corpus de las descripciones en las publicaciones de Facebook (memes, videos, fotos, gifs) y los comentarios en estas. Este estudio pretende contribuir a ampliar el conocimiento propio sobre la variación lingüística en el español coloquial de Cali, así como a comprender la manera en que factores como el género, principalmente, influyen en las prácticas comunicativas en entornos digitales. Además, proporcionará información relevante para comprender mejor las dinámicas de género en la comunicación en línea y las formas en que estas se reflejan en el uso del lenguaje en las redes sociales.

2 Problema de Investigación

La comunicación digital ha revolucionado la forma en que se entablan relaciones y las redes sociales como Facebook se han convertido en espacios fundamentales para la interacción humana. En este contexto, el uso del lenguaje, específicamente de las FTN, cobra una relevancia especial, dado que estas formas lingüísticas reflejan no solo la relación entre interlocutores, sino también aspectos socioculturales y de identidad. En el español coloquial de Cali, este fenómeno adquiere matices particulares, dada la diversidad lingüística y cultural de la región. Para abordar este objetivo, es necesario plantear algunas preguntas de investigación específicas que guíen el estudio, a saber:

- ¿Cuáles son las FTN más comunes utilizadas por hombres y mujeres para referirse a sus amigos en Facebook en el español coloquial de Cali?
- ¿Existen diferencias significativas en el uso de las FTN entre hombres y mujeres en este contexto digital?

Para responder a estas preguntas, es crucial considerar el marco teórico y la evidencia empírica existente sobre variación lingüística, formas de tratamiento y diferencias de género en el uso del lenguaje. Por un lado, estudios previos han demostrado que las formas de tratamiento pueden variar de acuerdo con factores como la edad, el nivel socioeconómico y el grado de familiaridad entre los interlocutores. Por otro lado, la investigación sociolingüística ha evidenciado diferencias en el estilo de comunicación entre hombres y mujeres. Según Herring (1993), las mujeres usan el lenguaje con un estilo más colaborativo y personal, por otro lado, los hombres tienden a usar un lenguaje más autoritario, como se citó en (Zapata, 2004, p. 24).

A pesar de ello, es importante señalar que existe una distinción en la literatura académica respecto a la aplicación de estos conceptos al estudio específico del español coloquial de Cali, en el contexto de Facebook, y aún más en lo relacionado a una comparación entre hombres y mujeres. Por lo anterior, el presente estudio se propone llenar este vacío investigativo y contribuir al entendimiento de las dinámicas lingüísticas y socioculturales en juego en la comunicación digital en Cali.

Cabe resaltar que estudiar la variación en el uso de las FTN para los amigos en el español coloquial de Cali, a través de la red social Facebook, y comparar este uso que le dan los hombres y mujeres es de suma importancia por diversas razones:

- Contribución al conocimiento académico. Este estudio aportará significativamente al campo de la sociolingüística, por medio de la profundización en la comprensión de la variación lingüística en el español coloquial de Cali, Colombia, específicamente en el contexto digital de Facebook. Al analizar cómo hombres y mujeres utilizan las FTN para referirse a sus amigos en esta plataforma, se podrá avanzar en el entendimiento de las

dinámicas lingüísticas y socioculturales presentes en la comunicación en línea en una ciudad tan diversa como Cali.

- **Aplicabilidad práctica.** Los resultados obtenidos de este estudio podrían tener aplicaciones prácticas en diversos campos, como la lingüística aplicada, la comunicación digital y la educación. Por ejemplo, es posible que proporcionen perspectivas útiles para el diseño de estrategias de comunicación efectivas en redes sociales, así como para la enseñanza del español coloquial en entornos digitales y sociales en general.
- **Contribución al debate académico sobre género y lenguaje.** La investigación previa ha sugerido que existen diferencias de género en el uso del lenguaje, tanto en contextos presenciales como en línea. El presente estudio permitirá profundizar en esta área, al analizar cómo estas diferencias se manifiestan en el contexto específico de la comunicación digital en Facebook, ofreciendo nuevos datos empíricos que enriquecerán el debate académico sobre género y lenguaje.
- **Entender la dinámica comunicativa en entornos digitales.** En la actualidad, las redes sociales, especialmente Facebook, han transformado la manera de comunicarse y establecer relaciones sociales. Comprender cómo se emplean las FTN en este contexto digital permite analizar las prácticas comunicativas emergentes y cómo estas reflejan las dinámicas sociales y culturales de una ciudad como Cali.
- **Explorar la variación lingüística en un contexto específico.** El español coloquial de Cali es rico en variantes lingüísticas influenciadas por factores socioculturales propios de la región. Estudiar la variación en el uso de las FTN posibilita profundizar en la comprensión de la diversidad lingüística y cultural de la ciudad, así como identificar patrones y tendencias en la comunicación digital.

- Contribuir al conocimiento sociolingüístico sobre las dinámicas de género en la comunicación en línea y su relación con la variación lingüística en el español coloquial de Cali, proporcionando datos relevantes para comprender mejor las prácticas comunicativas en entornos digitales.

En síntesis, el estudio de la variación en el uso de las FTN para los amigos en el español coloquial de Cali a través de Facebook, con un enfoque en las diferencias de género, es esencial para comprender las complejidades del lenguaje y la comunicación en entornos digitales en una ciudad diversa y dinámica como Cali. Los datos obtenidos pueden tener implicaciones significativas tanto en el ámbito académico como en el práctico, de modo que contribuyen al avance del conocimiento en el campo de la sociolingüística y la comunicación digital.

3 Antecedentes

Los siguientes documentos, tomados como antecedentes para el desarrollo de este estudio, están ordenados de acuerdo con su relevancia y cercanía.

Según Cautín-Epifani y Gladic (2018), las FTN son fundamentales en la comunicación en medios virtuales, pues permiten a los usuarios establecer relaciones, expresar identidades, diferenciarse y reconocerse mutuamente. En entornos digitales como Facebook, las FTN son herramientas clave para la construcción de significados, la expresión de emociones y la negociación de identidades en línea, de forma que ayudan a la claridad, la rapidez y la expresividad en los mensajes. Para las autoras en mención, existen diferencias en las FTN del discurso digital respecto a otros contextos comunicativos. Por ejemplo, se observan variaciones en la grafía de las formas de tratamiento nominales, como repeticiones de caracteres o gráficos fonetizantes, que reflejan las características propias del discurso en medios virtuales. Además, se recurre a términos

de parentesco con ampliación de su semántica y peculiaridades en el uso de ciertos términos, como 'huevo/a', que reflejan la adaptación de las FTN a la comunicación digital.

Los principales resultados obtenidos en el estudio, realizado en la provincia de Iquique, Chile, identificaron un amplio uso de las FTN por parte de hablantes chilenos en Facebook. Asimismo, se destacó que los jóvenes utilizan preferentemente formas de tratamiento nominales para reconocerse, presentarse, diferenciarse y expresar identidades en entornos virtuales. Entre las FTN más utilizadas se encuentran variaciones del nombre, apodos y palabras alisonantes sin valor de insulto, que son empleadas como expresión de compañerismo y cercanía, por ejemplo: huevo/ona, weon, hello kitty, amiga, hermano, hijo/hija, etc. (Cautín-Epifani y Gladic, 2018). Las conclusiones de este estudio tienen importantes implicaciones para la comprensión de la comunicación mediada por computadora. Las autoras resaltan la relevancia de las FTN como recursos lingüísticos clave en entornos digitales, donde se busca tanto la expresividad como la claridad en los mensajes. Estas conclusiones subrayan la importancia de las FTN en la construcción de identidades y en la eficacia comunicativa en línea, al proporcionar datos valiosos para entender cómo los hablantes utilizan recursos lingüísticos en plataformas digitales. El documento mencionado sirve de gran relevancia para la realización del presente estudio, dado que en ambos se hará uso de la misma metodología, la cual es saber cuál o cuáles son las FTN que más usan los jóvenes en medios virtuales (Facebook), para dirigirse a sus pares.

En segundo lugar, Placencia y Lower (2022) examinan contrastivamente el uso de las FTN entre dos grupos de mujeres; en un grupo ecuatorianas, específicamente de Quito, y españolas, específicamente de la comunidad de Andalucía, por medio del contexto digital en la red social Facebook. En este,

Se examinan las similitudes y diferencias en el uso de las FTN por parte de ambos grupos, al igual que los mecanismos de comunicación que emplean, la posición que ocupan dentro del enunciado y las funciones que parecen cumplir dentro en las interacciones digitales (Placencia y Lower, 2022, p. 57).

Este se analiza desde la perspectiva pragmática variacional Schneider y Barrón (2008) como se cita en Placencia y Lower (2022) y se suma a los estudios de variación pragmática regional en el español (Schneider y Placencia, 2017; Placencia, 2020a como se cita en Placencia y Lower, 2022). Su metodología de análisis se basó en la recolección de datos de dos subcorpus (extraídos de Facebook), de un corpus ya desarrollado por Lower entre el 2012 y 2014, del cual se tomó el 10 % de las muestras (solo de mujeres). Las participantes dieron acceso a su red social de Facebook y la recolección de datos se hizo directamente desde cada perfil. Se hizo uso de tres categorías de análisis tomadas de Carricaburo (1997) y Carrasco-Santana (2002) como se citaron en Placencia y Lower (2022) y otras desarrolladas por las investigadoras. En estas categorías se encuentran tratamientos familiares, tratamientos amistosos, expresiones vocativos e interjectivas, antropónimos, tratamiento de carácter amistoso y de afecto, tratamientos que dependen de la edad, etc. Igualmente, la categoría empleada propiamente por Placencia y Lower (2022) se encuentran nombre completo/nombre de usuario, tratamientos amistosos, tratamientos cariñosos, nombre de pila, tratamientos descriptivos y tratamiento familiares (sean reales o no), por ejemplo: Angie, amiga, nena, amor, guapa, chiquita, etc.

Como resultado, se determinó que hay una variación en la preferencia de los grupos; las mujeres andaluzas tienen una mayor preferencia en el uso de nombre de pila. Por otra parte, las mujeres quiteñas tienen una preferencia tanto por el nombre de pila como por los tratamientos familiares. Respecto a los mecanismos de modificación, se encontró una mayor variedad y empleo por parte de las mujeres de Quito que las andaluzas; en el estudio las mujeres quiteñas, estas

demonstraron una preferencia por las FTN más personalizadas. En el análisis de actos de habla, se encontró que se “destacan los reconocimientos en los dos corpus” (Placencia y Lower, 2022, p. 74). Ahora bien, se encontró una diferencia y es que en el corpus quiteño se presentan más expresiones de afecto que en el corpus español. En cuanto a la relación en la posición de formas, la posición final predomina en ambos corpus, pero con una mayor incidencia en el corpus quiteño.

Finalmente, Placencia y Lower (2022) destacan que hay comportamientos compartidos y desiguales entre ambos grupos y esto se debe a que las interacciones son interacciones fuera de línea u offline y las participantes de ambos grupos se orientan a prácticas que son locales; además, si bien Facebook es una red social global, las interacciones que se dieron se siguen dando en estas comunidades locales específicas. Por último, se encontró que sí se presentó una homogeneización en el uso de algunos recursos, como los alargamientos vocálicos como mecanismo de intensificación y reiteran que estos están directamente relacionados con la comunicación digital que se presenta en las redes sociales. Este documento tiene un grado de relevancia alto para el estudio realizado, puesto que en ambos se realizó una comparación de dos corpus distintos sobre las FTN usadas por jóvenes en la red social Facebook, por medio del análisis de las diferencias y similitudes.

De igual modo, Mahecha (2020), en su artículo, describe las formas de tratamiento nominal usadas por jóvenes de entre 13 y 17 años que viven en Bogotá, las FTN son utilizadas en tres áreas comunicativas: amistad, familiar y social. Se recopilaron datos a través de grabaciones espontáneas y cuestionarios, al demostrar que las comunidades juveniles codifican aspectos como la distancia social, las relaciones de poder y la cortesía lingüística en las formas de tratamiento nominales. Se

evidenció una variación en el tratamiento según el contexto y los participantes, lo que contribuye al cambio en el comportamiento lingüístico de los jóvenes.

Para este estudio, se seleccionaron 70 hablantes jóvenes de Bogotá, 31 hombres y 39 mujeres, con edades entre 13 y 17 años. La selección de los informantes se realizó mediante la técnica de muestreo selectivo efecto bola de nieve, utilizando las redes sociales de los informantes para conseguir otros participantes al consultarles a ellos mismos por otros conocidos dispuestos a ser encuestados; esto permitió obtener una muestra representativa y participantes dispuestos a cooperar activamente. Según el resultado del análisis, las formas de tratamiento nominal más utilizadas por los jóvenes de Bogotá en el área de la amistad son: nombre de pila (34,62 %), fórmulas amistosas (24,09 %), fórmula “parce” (18,61 %), apellido (10,01 %), fórmula sobrenombre (8,05 %) y otras fórmulas (4,09 %).

Enfatizando el uso de la FTN en el área comunicativa de amistad, Mahecha (2020) señala que estas formas, a las cuales denominó “formas amistosas”, representan el 24,09 % de las FTN empleadas en el estudio; es decir, son la segunda FTN más usada por los jóvenes en Bogotá. Estas expresiones se utilizan entre amigos, compañeros cercanos o personas con una relación afectiva, algunas de estas FTN son: “bebé”, “cariño”, “chico-a”, “weon”, “maní”, “mor”, “pana”, “estúpido”, entre otros. Los jóvenes utilizan estas palabras para expresar afecto hacia sus amigos y fortalecer los lazos de cercanía, aunque algunas de estas expresiones están basadas en características físicas o intelectuales, los jóvenes no hacen uso de ella de manera despectiva, sino que resaltan aspectos positivos de la persona. Asimismo, estas formas de tratamiento no se consideran ofensivas ni peyorativas por parte del mismo grupo juvenil, sino que se interpretan como optativas y expresiones de afecto; tales expresiones contribuyen a estrechar los lazos de cercanía y a crear un sentido de pertenencia dentro del grupo.

Los principales hallazgos en cuanto a la codificación de aspectos como la distancia social y las relaciones de poder en las formas de tratamiento nominales incluyen la adaptación del léxico por parte de los jóvenes para reflejar cambios generacionales, así como la influencia de factores extralingüísticos como la edad, el sexo y la interacción en las redes sociales. Al igual que el documento anterior, este estudio se basa en el análisis de las FTN que usan los jóvenes, con la diferencia de que en este caso el corpus se realiza en el contexto digital y en la ciudad de Cali, pero al igual que Mahecha (2020), se hace uso del contexto de amigos para el análisis del corpus recogido.

Por otra parte, Castellano (2012) analiza la relación entre la cortesía verbal y las FTN en el habla de Medellín. El autor busca comprender cómo se manifiesta la cortesía, tanto positiva como negativa, a través del uso de las FTN por parte de los hablantes de Medellín. La metodología empleada por Castellano (2012) fue lexicográfica, a partir de la cual se establecieron una serie de criterios metodológicos. Como se indica, la metodología incluyó los siguientes pasos: establecimiento de fuentes orales y escritas para la recolección de las unidades léxicas (FTN), diseño de un cuestionario con dos objetivos: recoger FTN y constatar su uso entre los informantes, selección de informantes considerando variables de estrato socioeconómico y sexo, recolección, sistematización y registro de los datos en un fichero lexicográfico, a partir del cual se conformó un corpus final de 129 FTN y, por último, un análisis pragmático del corpus, enfocado en la cortesía positiva y negativa asociada a las FTN.

Los principales resultados obtenidos fueron que las FTN no se pueden encasillar en una única forma de cortesía, pues una misma FTN puede aparecer en contextos de cortesía negativa, positiva e incluso en enunciados descortesos. Las FTN pueden servir para establecer vínculos de

confianza, exaltar al oyente o atenuar actos no corteses. Para Castellano (2012), su uso está relacionado con las valoraciones socioculturales que hacen los hablantes, más que con connotaciones de formalidad o informalidad. Según los resultados del estudio, las FTN más utilizadas en Medellín son aquellas relacionadas con el campo semántico de las relaciones familiares y amorosas, como “mi amor”, “mami”, “mija”, entre otras. Las conclusiones más importantes de este estudio fueron, en primer lugar, que la cortesía está directamente relacionada con las condiciones lingüísticas y contextuales en que se enuncian las FTN; en un segundo lugar, el uso de estas puede crear efectos de solidaridad simbólica o de exaltación del oyente, dependiendo del contexto, algunas FTN de cortesía negativa también pueden marcar distancia entre los interlocutores y, finalmente, puede no ser precisamente clara la clasificación de las FTN en cortesía positiva o negativa, pues la misma puede establecer relaciones con enunciados de distinto tipo de cortesía e incluso con enunciados descorteses, como se mencionó al inicio del párrafo. La relevancia del documento en mención para este trabajo es que en ambos se hace uso de la variable sexo (mujer y hombre), para el análisis de cuáles son las FTN que hacen uso los jóvenes en contextos informales.

En su estudio, Gutiérrez (2022) describe las FTN empleadas por una población juvenil universitaria de la ciudad de Caracas, Venezuela, en el contexto de las relaciones de amistad y pareja sentimental, tomando en cuenta las variables sexo y edad. La metodología utilizada fue la aplicación de un cuestionario a 60 estudiantes universitarios caraqueños, 30 mujeres y 30 hombres, con edades entre 17 y 21 años; este cuestionario incluyó preguntas abiertas para recabar información sobre las FTN que estos jóvenes dicen emplear con amigos cercanos, amigos no tan cercanos y con su pareja sentimental.

Los resultados esenciales obtenidos por Gutiérrez (2022) fueron que en el contexto de amigos el nombre propio es la FTN más empleada y es más usado por los hombres que por las mujeres, quienes reportaron usar más diminutivos y apodos que los hombres tanto con amigos cercanos como no tan cercanos, por ejemplo, las FTN usadas por las mujeres son amigo(a), chamo(a), manita, pana, amor, marica(o), etc. (p.117); las FTN usadas por los hombres son friend, bro, chamo(a), parce, viejo, marico, gato, hermano, etc. (p. 119). En cuanto a la variación del trato según el sexo del interlocutor, el 67 % de las mujeres dice que sí varía, mientras que el 60 % de los hombres dice que no varía. Gutiérrez (2022) pone énfasis en cómo el género influye en las estrategias de cortesía y auto cortesía empleadas a través de las FTN. Lo anterior refuerza las investigaciones previas, en las cuales se ha encontrado que sí existe una diferencia de género en el uso del lenguaje. Con relación a la pareja sentimental, los hombres presentan un repertorio más amplio de FTN que las mujeres, aunque ambos grupos muestran valores semántico-pragmáticos de afecto, cariño y exaltación.

En conclusión, Gutiérrez (2022) determinó que los jóvenes universitarios caraqueños despliegan diversas estrategias de cortesía, auto cortesía y anti cortesía por medio de las FTN, pero no recurren a la descortesía. Las mujeres tienden a ser más conservadoras en el uso de FTN anti cortesés, mientras que los hombres presentan un repertorio más amplio; igualmente, las mujeres muestran mayor tendencia a la autonomía, variando el trato de acuerdo con el sexo del interlocutor, mientras que los hombres se inclinan más a la afiliación. Las FTN usadas por estos jóvenes reafirman sus lazos grupales e íntimos, a la vez que pueden distanciarse del interlocutor en ciertas situaciones. Al igual que Gutiérrez (2022), para el análisis de este estudio se hace uso de una variable principal (sexo), para lo cual también se escogió un grupo de igual cantidad para ambos

corpus (mujeres y hombres); además, se espera hacer hincapié en que sí existe una diferencia de género en el uso del lenguaje y que este se da en contextos digitales e informales.

4 Objetivos

Analizar la variación en el uso de las fórmulas de tratamiento nominal (FTN) para referirse a los amigos en el español coloquial de Cali, Colombia, a través de la red social Facebook, centrándose en una comparación entre el uso que le dan hombres y mujeres en este contexto digital y urbano.

Objetivos Específicos

- Identificar y analizar las diferentes FTN utilizadas por hombres y mujeres en las interacciones digitales en Facebook.
- Examinar cómo varía el uso de las FTN según factores socioculturales como el género y el grado de familiaridad entre los interlocutores en el contexto digital de Cali.
- Comparar las estrategias de uso de las FTN entre hombres y mujeres en la comunicación digital en Facebook, con el fin de determinar posibles patrones de variación de género en el español coloquial de Cali.

5 Marco Teórico

5.1 Redes Sociales Virtuales

De acuerdo con Boyd y Ellison (2007), las redes sociales se definen de la siguiente manera:

Servicios basados en la web que permiten a los individuos construir un perfil público o semipúblico dentro de un sistema delimitado, articular una lista de otros usuarios con quienes comparten una conexión, y ver y recorrer su lista de conexiones y las hechas por otros dentro del sistema (p. 211).

Las redes sociales virtuales son plataformas digitales diseñadas para facilitar la comunicación, la interacción y la conexión entre usuarios a través de internet. Estas plataformas permiten a los individuos crear y personalizar perfiles donde pueden compartir información personal, publicaciones, fotos, videos y otros tipos de contenido. Asimismo, las redes sociales virtuales permiten la formación de comunidades y la creación de relaciones basadas en intereses comunes, actividades compartidas o vínculos sociales previos. El principal objetivo de las redes sociales virtuales es conectar a las personas, permiten la interacción de manera sincrónica o asincrónica, a través de diversas funcionalidades como mensajería instantánea, comentarios, likes y compartición de contenido. Estas plataformas, igualmente, ofrecen herramientas para la organización de eventos, creación de grupos y páginas, y el establecimiento de redes profesionales.

Cabe señalar que la accesibilidad existente a las redes sociales virtuales ha transformado la manera en que las personas se comunican, comparten información y forman relaciones, convirtiéndolas en un componente esencial de la vida moderna. Ejemplos destacados de estas plataformas incluyen Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn y, actualmente, TikTok, cada una con características y funcionalidades específicas que atienden a diferentes necesidades y preferencias de los usuarios. En este estudio en particular, se ha tomado como escenario de muestra la plataforma Facebook, por lo que se considera necesario ampliar la información respecto a esta red social.

5.1.1 Facebook

Es una red social virtual fundada en 2004 por Mark Zuckerberg y sus compañeros de la Universidad de Harvard; es una de las plataformas más grandes y populares del mundo, con más de tres mil millones aproximadamente de usuarios activos mensuales (Statista, 2023). La función

principal de Facebook es facilitar la interacción y la conexión entre usuarios, permitiéndoles crear perfiles personales, compartir actualizaciones de estado, fotos, videos y enlaces, mantenerse en contacto con amigos, familiares y conocidos. Además, actúa como un espacio para la formación de comunidades virtuales, organización de eventos, y promoción de negocios y marcas mediante páginas y anuncios; esta red social opera a través de un sistema de perfiles de usuario donde cada individuo puede personalizar su página con información personal, intereses y actividades. Los usuarios pueden agregar amigos, enviar y recibir mensajes, además de participar en conversaciones mediante comentarios y reacciones a las publicaciones. La plataforma utiliza algoritmos avanzados para personalizar el contenido mostrado en el “News Feed” o “Inicio” de cada usuario, basado en sus interacciones previas, preferencias y relaciones.

Desde su creación en 2004, Facebook ha venido, implícitamente, generando distintos cambios en el lenguaje y la comunicación, como generar nuevas formas de escritura entre sus usuarios; por ejemplo, que los usuarios usan un lenguaje más conciso y breve, esto desde la necesidad de inmediatez que surge a raíz del constante flujo de información masiva que hay en la red. Además, hay un uso creciente de acrónimos y abreviaciones, que se han hecho comunes para ahorrar tiempo y espacio, algunos ejemplos son el uso de “LOL” para “*laugh out loud*” o “reír en voz alta”. El lenguaje de los usuarios también ha venido evolucionando a través de Facebook con neologismos y jergas, el término “*like*” (dar me gusta) surgió precisamente de esta red social. Hoy en día, Facebook sigue siendo una de las redes sociales con más usuarios activos a nivel mundial, por lo que resultó preciso hacer uso de esta plataforma por encima de otras para la elaboración del estudio. Las personas conservan el mismo perfil social de Facebook desde sus inicios, esto hace que el crecimiento personal y social de los usuarios haya ido y vaya de la mano con la evolución

de esta plataforma, razón por la cual se considera que la comunicación y la relación entre los usuarios de esta red social se da de forma más personal y directa.

5.2 Habla Coloquial

El habla coloquial es el tipo de comunicación utilizada en situaciones informales y cotidianas entre personas que comparten un contexto cercano. Se caracteriza por su espontaneidad, expresividad y flexibilidad, adaptándose al entorno y a la relación entre los hablantes. En este orden de ideas, la red social Facebook se incluye dentro de estas características.

5.3 Pragmática

Es una subdisciplina de la lingüística que estudia cómo el contexto influye en la interpretación del lenguaje. Yule (1996) como se cita en Seiz (2015) define la pragmática de la siguiente manera,

Un campo cuyo interés es el estudio del sentido, en tanto que comunicado por el hablante (o escritor) e interpretado por el oyente (o lector), por lo cual se relaciona directamente con el análisis de lo que las personas quieren decir con sus expresiones. (p. 4).

Asimismo, analiza cómo los hablantes utilizan el lenguaje en situaciones reales y cómo interpretan las expresiones en función de la situación comunicativa. Los estudios de pragmática son importantes porque permiten comprender cómo el contexto y las situaciones específicas influyen en el uso y la interpretación del lenguaje en la comunicación diaria. Analizan elementos como la intención del hablante, las implicaturas y las presunciones, que no se mencionan explícitamente, pero son necesarios para una comunicación efectiva y fluida. Estos estudios ayudan a comprender las sutilezas del lenguaje, lo que hace que las interacciones sean más claras y efectivas y a entender la razón de los malentendidos. De igual modo, la pragmática muestra cómo

los hablantes manejan las normas sociales y culturales a través de sus elecciones de lengua, lo cual es crucial en un mundo cada vez más multicultural y globalizado.

5.4 Cortesía Verbal

Según Brown y Levinson (1987) como se cita en Carrasco (1999),

La cortesía podía ser definida como la búsqueda del equilibrio entre el deseo de preservación de las imágenes y el carácter potencialmente amenazante de cualquier acto verbal. De manera que el modo de resolver la tensión entre estas dos cuestiones es seleccionar estrategias de cortesía, cuyo fin sea suavizar el potencial acto amenazante para permitir que las imágenes queden a salvo (p. 14).

La cortesía verbal se refiere a un conjunto de prácticas lingüísticas diseñadas para respetar y proteger la imagen pública del interlocutor, conocida también como “imagen”. Este concepto implica el reconocimiento y la atención a los sentimientos, los deseos y las expectativas de los demás durante la conversación. La cortesía negativa es respetar la libertad y autonomía propia y del interlocutor, y la positiva la de mostrar reconocimientos, respeto o aprecio, a partir de esto derivan otros dos conceptos: cortesía positiva y cortesía negativa. Según Edeso (2005) citado en Castellano (2012) “la relación entre las FTN y la cortesía se establece desde el hecho de que uno de los usos discursivos que tienen las FTN es el de servir como medio para transmitir la cortesía” (p. 128). Las FTN y la cortesía están intrínsecamente relacionadas en la comunicación interpersonal, debido a que ambas son herramientas lingüísticas que reflejan y construyen las dinámicas sociales entre los interlocutores. La elección de FTN es una manifestación directa de las estrategias de cortesía que los hablantes emplean para manejar las relaciones sociales y respetar las convenciones culturales.

5.4.1 Cortesía Positiva

La cortesía verbal positiva entendida desde Carrasco (1999) se refiere a,

La cortesía positiva es aquella que se orienta a proteger la imagen positiva del interlocutor... mientras que la cortesía positiva lo haría a través de una serie de estrategias orientadas a preservar la imagen positiva del interlocutor de un acto amenazante para la misma. (pp. 14-15).

Por tanto, son las estrategias comunicativas que buscan acercar a los interlocutores, para demostrar simpatía, interés y solidaridad. Estas estrategias incluyen elogios, muestras de afecto y expresiones de inclusión; las FTN como nombres de pila, apodos cariñosos y términos afectivos son estrategias de este tipo de cortesía. Estas formas buscan crear un ambiente de compañerismo y solidaridad, mostrando aprecio y consideración por el interlocutor, como, por ejemplo: llamar “Sofi” (diminutivo de “Sofía”) a una amiga, mostrando un grado de cercanía y familiaridad.

5.4.2 Cortesía Negativa

La cortesía negativa es entendida desde Carrasco (1999) como,

La cortesía negativa es aquella orientada a su imagen negativa. Dicho de otro modo, la cortesía negativa se manifestaría a través de una serie de estrategias, cuyo fin sería mitigar la potencial amenaza que un acto supone para el territorio del interlocutor (p. 14).

Por tal razón, se orienta a respetar la autonomía del interlocutor, minimizando las imposiciones y evitando la intromisión; además, incluye disculpas, expresiones de deferencia y el uso de títulos y fórmulas de respeto. De la misma manera, reconoce el derecho del interlocutor a la privacidad y la libertad de acción, evitando cualquier posible ofensa o intrusión. Las FTN que incluyen títulos y términos de respeto son estrategias de cortesía negativa, como el hecho de que utilizar “Señor” o “Doctora” en un contexto formal reconoce el estatus del interlocutor y muestra respeto por su posición, evitando cualquier familiaridad inapropiada.

5.5 Fórmulas de Tratamiento

En relación con, las fórmulas de tratamiento Mahecha, (2020) señala que,

Las fórmulas de tratamiento establecen un procedimiento empleado para determinar el contacto con el interlocutor. Estas fundamentan un entramado de relaciones entre hablante y oyente, las cuales están mediadas por factores sociales, como: edad, sexo, estrato social, distancia social, relaciones de poder y el contexto comunicativo (p. 274).

Por consiguiente, las formas de tratamiento en español son términos y expresiones utilizados para dirigirse a otras personas en diferentes contextos comunicativos. Estas formas reflejan aspectos socioculturales, como el respeto, la familiaridad, la jerarquía social y el grado de formalidad entre los interlocutores. Las formas de tratamiento son esenciales para la interacción social, pues ayudan a establecer y mantener las relaciones interpersonales, de acuerdo con las normas y expectativas culturales. Dentro de las FT en español existen diferentes tipos: formas pronominales, formas verbales y formas nominales; éstas últimas son las que orientan el presente estudio.

5.5.1 Formas de Tratamiento Nominal

Frente a la definición de formas de tratamiento nominal en español o FTN, es posible encontrar distintas definiciones, entre ellas:

- “Las formas nominales de tratamiento, a diferencia de las pronominales que constituyen un inventario muy cerrado, presentan un inventario muy amplio y conformado por diferentes subtipos de elementos” (Fontanella de Weinberg, 1999, p. 1419).
- Bajo la designación de “formas nominales”, referidas a los tratamientos, puede agruparse un conjunto de términos (en su mayoría sustantivos y adjetivos) que emplean los individuos

de una sociedad en su comunicación cotidiana, a modo de apelativos capaces de representar el tipo de relación que guardan entre ellos, el grado de confianza o de respeto y el nivel de cortesía. Montero (2011) citado en Cautín-Epifani y Gladic (2018, p. 8).

- Las fórmulas de tratamiento nominales (FTN) reflejan el tipo de relación que se tiene con el interlocutor y al mismo tiempo vehiculan un sinnúmero de valores semántico-pragmáticos que están en “relación con el efecto que se quiere producir en el interlocutor”. (Castellano, 2012, p. 125).

Referente a lo anterior, se puede dar una definición conjunta a las FTN, viendo estas como las fórmulas de tratamiento nominal, son los términos y expresiones que utilizan los hablantes para dirigirse a otros en un contexto social. Estas fórmulas pueden variar según factores como el nivel de formalidad, la relación entre los interlocutores y las normas culturales. En ese sentido, Fontanella de Weinberg (1999) agrupa los diferentes subtipos de FTN de la siguiente manera: en primer lugar, los “Términos de tratamiento”, en estos se encuentra los términos “de parentesco” (papá, hija, nona, etc.). En segundo lugar, los “Sociales”, en estos se encuentran “generales” (Sr, joven, caballero, etc.), “ocupacionales” (licenciado, ministro, doctor, etc.), “de amistad, cordialidad y afecto” (amigo, querido, tesoro, etc.) y “honoríficos” (su excelencia, su reverencia, etc.). En tercer lugar, “Nombre personal”, en estos se encuentran “nombre de pila” (Gabi, Pablo, Laura, etc.) y “apellido” (García, Rossi, Borelli, etc.).

Es de resaltar que el análisis de este estudio se enmarca en esta última subcategoría (FTN), cuyo objetivo es saber cuál es o cuáles son las FTN que usan con mayor frecuencia los hombres y las mujeres de la ciudad de Cali en contextos informales para dirigirse a sus amigos en la red social

Facebook. El uso de las FTN puede variar significativamente de acuerdo con diversos factores, los cuales se exponen a continuación.

- **Cultural:** diferentes culturas tienen distintas normas y expectativas sobre el uso de FTN, lo que es considerado apropiado en una cultura puede ser visto como informal o irrespetuoso en otra. Cabe aclarar que estas diferencias culturales también se pueden presentar entre barrios y estratos socioeconómicos de una misma comunidad.
- **Social:** la clase social, el nivel educativo y el grupo de pertenencia pueden influir en la elección de FTN. Las normas sociales dictan qué formas son adecuadas en cada contexto.
- **Género:** hombres y mujeres pueden tener diferentes patrones de uso de FTN, influenciados por normas de género y expectativas sociales (esta es la variable principal usada en el estudio).
- **Contexto Situacional:** el ambiente en el que ocurre la interacción (formal, informal, profesional, familiar, amistad) determina cuáles FTN son apropiadas.

Sobre el marco teórico

6 Metodología

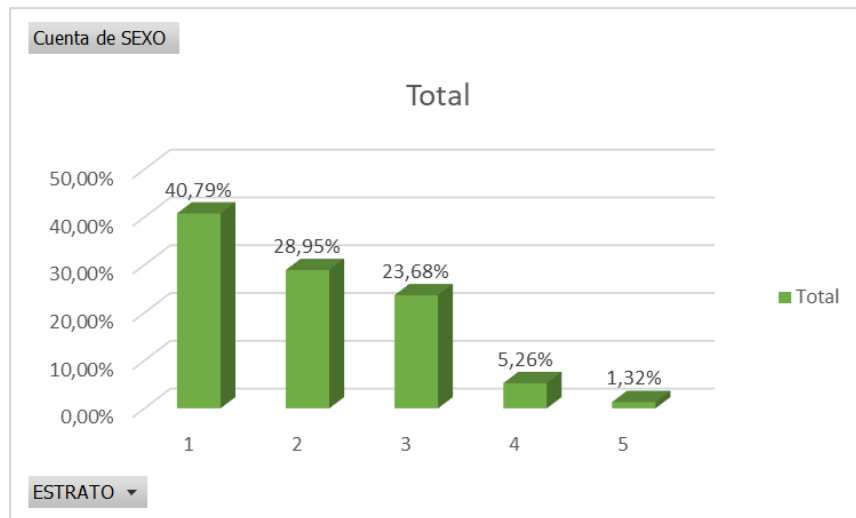
Corpus

Para la elaboración del corpus, en primer lugar y teniendo en cuenta que el eje del estudio es una comparación, la variable principal de éste fue la de sexo (hombres y mujeres), también se tuvo en cuenta la variable edad, ya que todos los participantes son considerados jóvenes porque están en el rango de 18 a 25 años. Dado que se recolectaron y analizaron la variedad de las FTN que más usan los jóvenes de la ciudad de Cali con sus amigos en contextos informales de las redes sociales virtuales, todos los informantes son provenientes de esta ciudad (la investigadora ya había tenido interacción con los participantes, por esta razón ya sabía que estos son de Cali). Por ende, se tomó

a Cali como comunidad de habla. Moreno (1998) como se cita en Calderón y Durán (2009) define que,

Una comunidad de habla está formada por un conjunto de hablantes que comparten efectivamente al menos una lengua, pero que además comparten un conjunto de normas y valores de naturaleza sociolingüística: comparten unas mismas actitudes lingüísticas, unas reglas de uso, un mismo criterio a la hora de valorar socialmente los hechos lingüísticos, unos mismos patrones sociolingüísticos (pp.141-142).

En segundo lugar, se escogió como escenario principal de investigación la red social Facebook, ya que todos los participantes forman parte de la red social de la investigadora y sus diferentes publicaciones aparecen en el *feed* de ésta. Como se mencionó anteriormente, los participantes son personas con las cuales la investigadora anteriormente había tenido interacciones sociales tanto en contextos físicos, como en el contexto virtual de la red social, por ende, previamente ya se conocía un poco de su contexto social y el tipo de interacciones que normalmente tienen en Facebook. Todo lo anterior facilitó la selección de los participantes y la toma de muestras, al igual que la solicitud de los permisos. Como se mencionó anteriormente, para el análisis de la investigación se tuvo en cuenta como eje principal la variable sexo, (esta se tuvo en cuenta como una variable de pre estratificación desde un inicio). Ahora bien, también se les solicitó a los participantes, al momento de llenar el permiso para la toma de las muestras, las variables edad y estrato socioeconómico (como las variables post estratificación). Los participantes escogidos se encuentran entre las edades de 18 a 25 años, y son 38 hombres y 38 mujeres, es decir son un total de 76 informantes y la mayoría de ellos se encuentran en los estratos socioeconómico 1-2 de la ciudad, como se observa en *Gráfico 1*.

Gráfico 1. Estrato social de los participantes.

Fuente: elaboración propia.

La solicitud de consentimiento se realizó por medio de la plataforma Google Forms (<https://forms.gle/D2dsr3tWkBPLXQEr7>).

La siguiente *Tabla* muestra cómo se conformaron las cuotas para el corpus.

Tabla 1. Distribución de los informantes.

Variables		Número de informantes
Sexo	Mujeres	38
	Hombres	38
Edad	Generación 1: (18 a 20 años)	6
	Generación 2: (21 a 23 años)	56
	Generación 3: (24 años o más)	14
Estrato socioeconómico	Bajo	53
	Medio	18
	Alto	5
Total de informantes		76

Fuente: elaboración propia.

Datos

Las muestras de análisis se recolectaron entre abril y agosto del año 2024, desde el *feed* de Facebook de la investigadora. En el momento de observar alguna publicación en el feed, se verificó que sí se hacía uso de alguna FTN en el contexto de amistad. Como nuestro objetivo es hacer una comparación entre las mujeres y hombres respecto al uso de las FTN que usan, se decidió ampliar más la cantidad de muestras ya que, inicialmente se tenían solo alrededor de 150 muestras y se decidió que esta era una cantidad insuficiente. Para equilibrar y completarlas decidimos dirigirnos directamente al perfil de cada participante revisando las publicaciones que habían realizado y los comentarios en esta misma. Ninguna publicación que se tomó como muestra tiene una fecha de antigüedad más allá del año 2023.

Las muestras escogidas desde el feed de la investigadora y las publicaciones en los perfiles de los participantes fueron: memes, post, vídeos y fotos. Por cada participante, se tomaron 4 muestras, es decir, tenemos un total de 304 muestras de FTN que usan actualmente los jóvenes. Todas las muestras recolectadas son de interacciones que se dieron de forma espontánea y natural por parte de los informantes, ya que no se dio ningún tipo de observación hacia los participantes durante las publicaciones de estas. Las muestras de análisis fueron escogidas, analizadas y confirmadas por la investigadora, es decir, antes de tomar como muestra alguna FTN primero se confirmó que sí fuera una FTN y que está estuviera siendo utilizada en un contexto de amistad. Luego de seleccionadas las muestras, solicitamos el consentimiento de los participantes para que permitieran el uso de sus publicaciones como muestra de análisis en la presente investigación.

La herramienta utilizada para el análisis de las FTN fue la de Microsoft Excel, en éste se organizaron en diferentes filas y columnas: los nombres de los participantes, el código asignado, el sexo (femenino o masculino), la edad, el estrato socioeconómico (estas variables se incluyeron

en el análisis con el fin de tener un contexto más amplio de los participantes al momento de realizar la solicitud de permiso, pero estas no fueron analizadas), el número de la muestra, el tipo de FTN (descriptivos, familiares, cariñosos o nombres propios), la FTN simplificada, la FTN usada, si la FTN estaba modificada o no, al igual que el tipo publicación (meme, foto, video, post, gifs, etc.), reacción (a qué estaba reaccionando el participante), descripción (describir completamente la frase en donde el participante hizo uso de la FTN), posición de la FTN (inicial, media, final e independiente), a quién iba dirigida la FTN (hombre o mujer) y explicación (la cual consistió en dar el contexto del uso de la FTN en la publicación, foto, video, meme, etc.). Por cada participante había 4 filas, que equivalen a las 4 muestras y 16 columnas. La variable dependiente fue la FTN usada por el participante y las variables independientes fueron: las sociales (sexo, edad, estrato) y de explicación pragmática (tipo de FTN, FTN simplificada, FTN, tipo de publicación, reacción, descripción del contenido y explicación). La siguiente imagen es una muestra de cómo se organizaron los datos en Excel.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M
1	PARTICIPANTE	CÓDIGO	SEX	EDA	ESTRAT	#MUESTRA	TIPO DE FTN	FTN SIMPL	FTN	TIPO	REACCIÓN	DESCRIPCIÓN	A QUIÉN VA DIRIGIDA
2	ALEXA FLOREZ	M1	M	22	3	1	CARIÑOSOS	PRIN_	PRINCESA	COMENTARIO	reacción a un comentario	y vos princesa	M
3	ALEXA FLOREZ	M1	M	22	3	2	DESCRIPTIVO	NICHE	NICHE	POST	reacción a un post	jajajajajajajaa busque su niche	M
4	ALEXA FLOREZ	M1	M	22	3	3	FAMILIARES	HERMAN_	HERMANO	COMENTARIO	reacción a un comentario	Ahí que mi hermano	H
5	ALEXA FLOREZ	M1	M	22	3	4	DESCRIPTIVO	MOROCH_	MOROCHO	POST	reacción a un post	No morocho aghhhh	H

Como se mencionó en párrafos anteriores, el contexto en el que se dieron estas interacciones fue el de amistad, por ende el análisis se enmarcaba en esta categoría en su totalidad. La investigación está enmarcada en un enfoque sociolingüístico, la perspectiva y análisis de esta se hizo en un primer momento desde un análisis cualitativo y en segundo momento desde un

análisis cuantitativo, es decir de naturaleza mixta. Nuestro fin es complementar a las investigaciones previas que ha habido, las cuales han confirmado que sí existe una diferencia en el lenguaje al centrarse en la variable sexo, es decir, que los hombres y mujeres tienden a hacer uso distinto de las FTN. Las muestras fueron organizadas en las siguientes categorías de análisis, tomadas de las categorías de análisis empleadas por Placencia y Lower (2022).

- **Nombre de usuario:** el nombre de usuario hace referencia al *User* que una persona emplea en determinada red social, este puede ser su nombre real o no, por ejemplo: nombre de usuario en Facebook: *Mchl Owen*, nombre real: *Jean Paul*.
- **Nombre propio:** entendido en este contexto como el nombre que ha sido asignado a una persona para ser identificado (nombre y apellido), por ejemplo: “*Camila y Nicol*”.
- **Tratamientos cariñosos:** entendido estas como formas de dirigirse a otra persona, con la cual se tiene un nivel de cercanía, pero que a la vez puede marcar cierta distancia en la relación que se tenga. por ejemplo: “Ya no aguanto más *amiga* jaja”.
- **Tratamientos familiares (reales o no):** formas de dirigirse a otra persona, en las cuales se usan los términos que hacen referencia a un parentesco, pero en este caso estos pueden ser reales o no, por ejemplo: “Ahí que mi *hermano*” (no son hermanos ni por condición sanguínea ni por adopción legal).
- **Tratamientos descriptivos (apariencia física, edad y carácter o habilidad o comportamiento):** Podemos entender ésta, como la manera de dirigirnos a los demás de acuerdo con los adjetivos que podamos asignarles, por ejemplo: “y yo a ti *gordita*”.

7 Resultados y discusión

Categorías de FTN empleadas por los participantes

Los jóvenes entre 18 y 25 años de la ciudad de Cali en el contexto de Facebook, usan sobre todo las FTN de tipo *cariñosas* (40,13%) para referirse a la amistad, también hace uso de FTN de tipo *familiares* (30,26%) y *descriptivas* (26,97%), por encima del *nombre propio* (2,63%) lo que nos da un indicativo que estos tienden a usar FTN de tipo más personales hacia sus amigos y amigas, lo que marca una cercanía y nivel de confianza con ellos en la red social, como se observa en la *Tabla 2*.

Tabla 2. Categorías de FTN

Categorías de FTN	%
Cariñosos	40,13%
Familiares	30,26%
Descriptivos	26,97%
Nombre propio	2,63%
Total general	100,00%

Fuente: elaboración propia.

Podemos concluir que esto es muy relevante, ya que el contexto social y relación que existe entre los participantes es el de amistad, por ende indica un nivel de cercanía y confianza entre estos. Resulta curioso que la categoría *familiar* tenga un porcentaje más alto que la *descriptiva*, lo que nos indica que los jóvenes de Cali usan términos *familiares* para referirse a sus amigos, sin que estos sean reales. Placencia y Lower (2022) encontraron que las mujeres andaluzas tienen una mayor preferencia en el uso de nombre de pila (41%). Por otra parte, las mujeres quiteñas tienen una preferencia tanto por el nombre de pila (29%) como por los tratamientos familiares (31%), es decir, las mujeres de Quito y Andalucía hacen más uso de las otras categorías. Lo anterior, es un

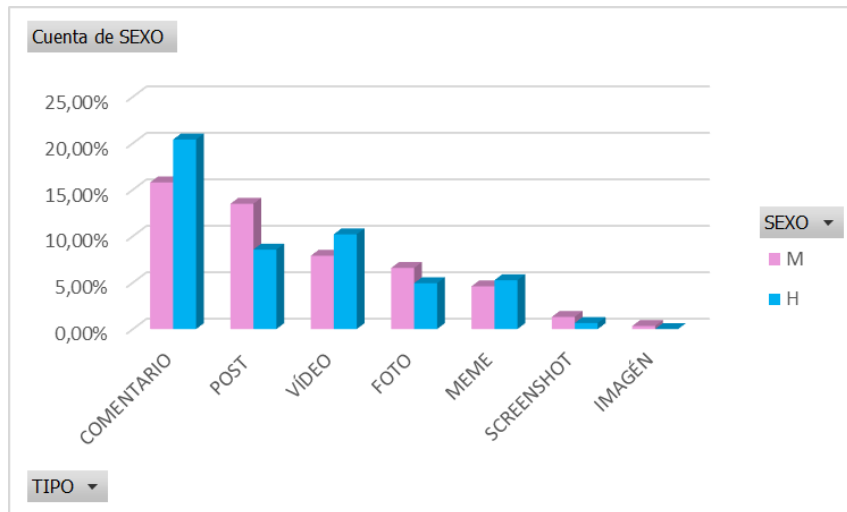
comportamiento contrario al de los jóvenes de Cali que tienen una preferencia mayor hacia el uso de los tratamientos *cariñosos* para referirse a sus amigos.

Al igual que en el estudio mencionado anteriormente, Mahecha (2020) encontró que las FTN que más utilizan los jóvenes de entre 13 y 17 años de la ciudad Bogotá en el contexto de amistad son: nombre de pila (34,62 %), fórmulas amistosas (24,09 %), fórmula “parce” (18,61 %), apellido (10,01 %), fórmula sobrenombre (8,05 %) y otras fórmulas (4,09 %). Podemos observar que en este estudio también se hace un mayor de uso al tratamiento nombre de pila, seguido de las fórmulas de amistosas, lo cual podemos entender como las de tipo *cariñosas* en nuestro estudio, esto nos quiere decir que tanto los jóvenes de Bogotá como de Cali usan tratamientos cariñosos y de cercanía con sus amigos si bien el nombre de pila es más común en Bogotá.

Tipo de publicación usada de acuerdo al sexo

De acuerdo al *Gráfico 2*, podemos observar que los hombres utilizan las FTN sobre todo en comentarios (20,39%), mientras que las mujeres hacen más uso de las FTN en los posts que los hombres (13,49%). Los hombres también usan más los vídeos para hacer uso de las FTN en la red social (10,20%). Y por otro lado, aunque en un porcentaje no muy alto las mujeres hacen más uso de las fotos para usar FTN con sus amigos (6,58%), referente al uso que le dan los hombres.

Gráfico 2. Tipo de publicación usada de acuerdo al sexo



Fuente: elaboración propia.

Como podemos observar en el *Gráfico 2*, en este caso en particular los hombres, al usar los comentarios para hacer uso de las FTN, están siendo más directos a la hora de dirigirse hacia sus amigos, confirmando lo dicho por Fishman (1983) donde nos dice que el lenguaje masculino se caracteriza por ser conciso. Por el contrario, las mujeres usan más los posts en la red social, ya que estos en muchas ocasiones no se dirigen específicamente a una persona sino que se habla en un contexto general. Las mujeres usan más las fotos para hacer uso de las FTN que los hombres, y aunque éstas se den en un porcentaje más bajo, normalmente las fotos dan cuenta de una demostración más personal y cariñosa en su mayoría, lo que en este caso nos sigue dando un indicativo de que las mujeres usan un lenguaje más personal y con contenido emocional que los hombres.

Categorías de análisis empleados por los hombres y mujeres

Las mujeres usan un 8,55% más las FTN de tipo *cariñosos* que los hombres.

Ejemplo 1: M12 -yo se amor pero me da risa jajajajak.

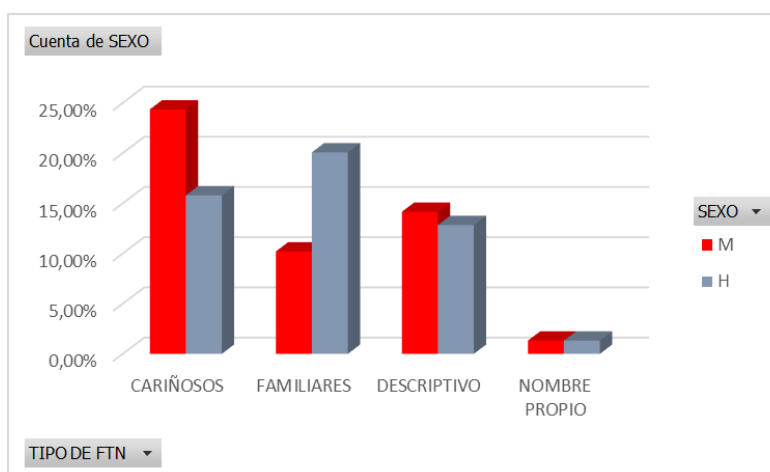


Por otro lado, los hombres usan en un 9,87% más las FTN de tipo *familiar* (reales o no), que las mujeres.

Ejemplo 2: H13 -Real que repetiría esos días, los extraño hermanos.



Las FTN de tipo *descriptivos* son usadas sin mayor diferencia por ambos sexos, aunque las mujeres las suelen usar más. Ambos usan con un mismo porcentaje muy bajo las FTN de tipo *nombre propio*. Observe el Gráfico 3.

Gráfico 3. Categorías de análisis empleados por los hombres y mujeres.

Fuente: elaboración propia.

Como podemos observar en el *Gráfico 3*, las mujeres en su mayoría tienden a usar un lenguaje mucho más cariñoso y abierto que los hombres, lo que confirman y respaldan estudios mencionados anteriormente Herring (1993). Los hombres a la hora de comunicarse son más directos y cerrados (Fishman 1983), estos no tienden a usar FTN cariñosas o demostrativas, más bien marcan una distinción clara con sus interlocutores, pero sin que se pierda el nivel de confianza que estos tienen con sus amigos (véase ejemplo 2). Aquí, también podemos tomar como ejemplo la *Teoría de la comunicación* de Tannen (1991), donde las mujeres están orientadas a usar el lenguaje para “crear conexiones y mantener relaciones”, a este lo denominó “rapport”, en cambio los hombres hacen uso del lenguaje con el fin de “ganar y mantener la atención”, a este lo denominó “report” como se cita en Zapata (2001, p. 23).

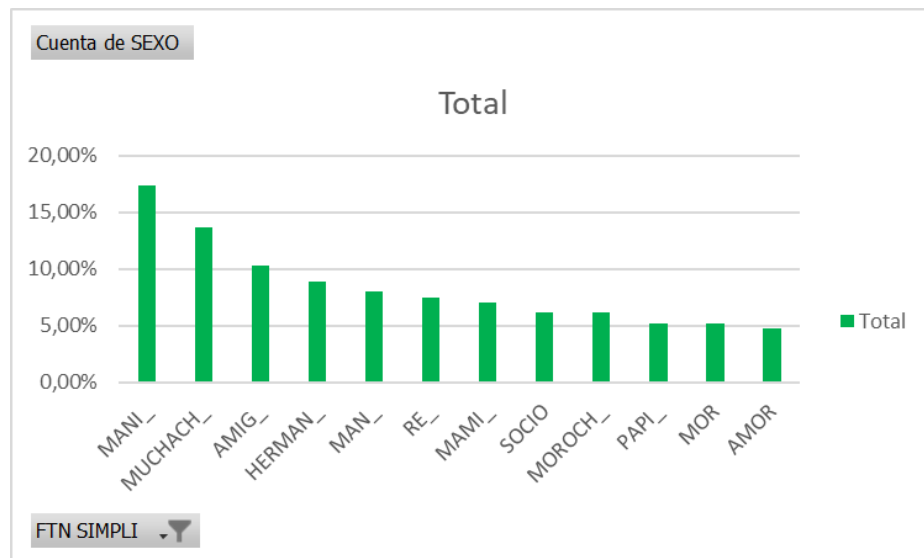
Las mujeres histórica y socialmente debido al androcentrismo lingüístico se han sentido obligadas a parecer más cultas a la hora de comunicarse con sus pares, además de ser las responsables del cuidado emocional y las relaciones interpersonales en sus familias, (cabe aclarar que esto depende de las condiciones sociales y las comunidades de habla a la que se pertenezca), esto ha hecho que siempre se establezcan relaciones de cercanía que se ven representadas a la hora

de comunicarse por medio del lenguaje. Muy por el contrario, a los hombres que han estado encaminados hacia el hecho de ser una figura de poder, por esta razón estos siempre tienden a usar un lenguaje que marque esa distinción de estatus y autoridad frente a los demás.

FTN más usadas por los jóvenes de Cali en la red social Facebook

Las 304 muestras tomadas de análisis dieron un total de 39 FTN. Pero solo 12 de estas FTN fueron utilizadas en más 10 ocasiones por diferentes participantes (éstas son las muestras que serán analizadas principalmente), siendo la más utilizada, “Mani_” y sus variantes: “Mano/a”, “Manito/a”. Observe Gráfico 4.

Gráfico 4. FTN más usadas por los jóvenes de Cali en la red social Facebook.



Fuente: elaboración propia.

De acuerdo al sexo, tanto hombres como mujeres utilizan sin mayor distinción y casi con la misma frecuencia las doce FTN más usadas. En el siguiente apartado, se hará una distinción significativa sobre el uso que éstas reciben por parte de los hombres y las mujeres.

FTN más usadas de acuerdo al sexo

De las doce FTN más usadas por todos los participantes, podemos observar que los hombres usan desinhibidamente las FTN con categoría *familiar* sin que esto sea una relación sanguínea o legal real, siendo la que más usan “Mani_” con un (12,68%) y sus variantes: “Mano”, “Manito”. Siguiendo esa misma línea de categoría *familiar*, la segunda FTN más usada por los hombres es la de “Herman_” con un (8,45%) y sus variantes: “Hermano”, “Hermanito” y “Herma”. Estas dos FTN simplificadas (“Mani_” y “Herman_”) tienen un uso casi exclusivo por los hombres a la hora de dirigirse hacia sus amigos, y en tercer lugar, la FTN que más usan los hombres es la de “Muchacho/a”, con un (5,63%).

Las mujeres por su parte, en primer lugar, usan con mayor porcentaje “Amig_” con un (9,39%) y sus variantes “Amiga”, “Amis”, “Amiguita” y “Amix”, esta FTN tiene un uso casi exclusivo en las mujeres, ya que ésta entra en la categoría de *cariñosas* y como se ha mencionado, las mujeres son las que tienden a usar un lenguaje más personal y emocional. En segundo lugar, la FTN “Muchacho/a” con un (7,98%) y en tercer lugar, la FTN simplificada “Mami_” con un (5,16%) y sus variantes “Mami”, “Mamachas”, “Machi”, “Mamita” y “Mamu”, que al igual que las dos primeras más usadas por los hombres está en la categoría *familiar*, sin que esto sea una relación real como se muestra en la siguiente *Tabla*:

Tabla 3: FTN más usadas de acuerdo al sexo.

FTN simplificada más usadas	Variantes	M	H	Total general
MANI_	“Mano” “Manito”	4,69%	12,68%	17,37%
MUCHACH_	“Muchacha/o”	7,98%	5,63%	13,62%
AMIG_	“Amiga/o” “Amis” “Amiguita” “Amix”	9,39%	0,94%	10,33%
HERMAN_	“Hermano”, “Hermanito” “Herma”	0,47%	8,45%	8,92%
MAN_ ¹	“Man” “Manes”	2,82%	5,16%	7,98%
RE_	“Rey” “Reina”	3,29%	4,23%	7,51%
MAMI_	“Mami”, “Mamachas”, “Machi”, “Mamita” “Mamu”	5,16%	1,88%	7,04%
SOCIO	“Socio”	0,94%	5,16%	6,10%
MOROCH_	“Morocho/a”	2,82%	3,29%	6,10%
PAPI_	“Papi” “Papu” “Papito” “Papacho”	3,76%	1,41%	5,16%
MOR	“Mor”	2,82%	2,35%	5,16%
AMOR	“Amor”	4,23%	0,47%	4,69%
Total general		48,36%	51,64%	100,00%

Fuente: elaboración propia.

De acuerdo al análisis del párrafo y la *Tabla 3*, podemos observar que entre las FTN que más usan los hombres y las mujeres hay un factor en común y es que la FTN “Muchacho/a” está entre las tres más usadas por ambos sexos, teniendo solo una diferencia de 2,33% entre los hombres y las mujeres, además de que en el total general se encuentra en el segundo lugar con un uso del 13,62%.

¹ Está palabra es un anglicismo de la palabra *man*, que significa hombre.

Como podemos observar en la *Tabla* anterior, es preciso confirmar nuevamente que sí existe una distinción entre el lenguaje que usan las mujeres y los hombres. Como vemos, incluso en un contexto informal y de cercanía como el de la red social Facebook, donde los participantes tienen un nivel de cercanía y confianza con sus amigos, las mujeres siguen teniendo la tendencia a generar estímulos emocionales y personales con sus interlocutores, mientras que los hombres en cambio, y a pesar de estar también en un contexto informal con sus amigos se involucran menos emocionalmente y más familiarmente.

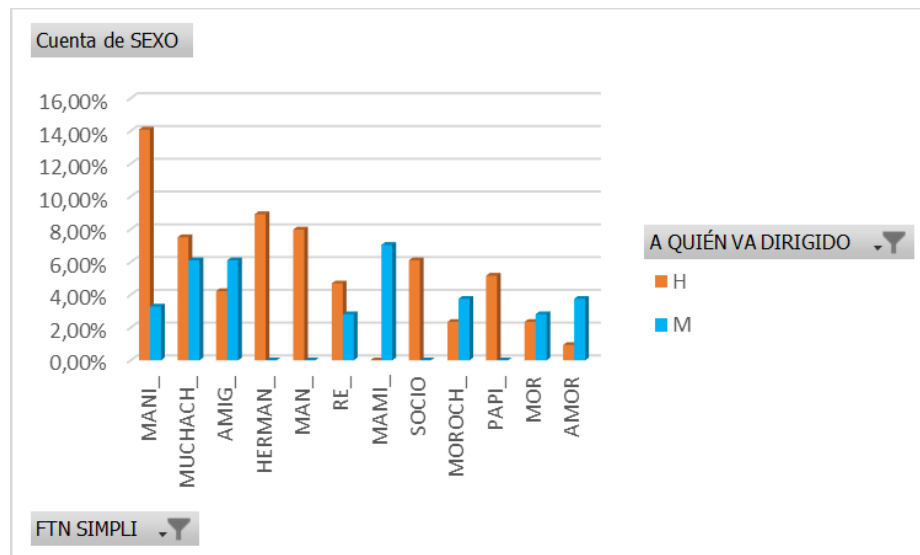
Como podemos ver en los *ejemplos 3 y 4*, aunque ambos participantes hayan hecho uso de la misma FTN, la mujer (M8) al añadir el marcador “mi”, antes de la FTN, marca una cercanía y demostración de afecto aún mayor con su amiga. Contraria al hombre (H22), que aunque hace uso de una FTN de tipo cariñosa, no se “apropia” de forma tan cercana y directa está FTN como la M8, marcando una distinción (leve) entre él y su amigo. De las 304 FTN que usaron los participantes del estudio, 188 FTN están dirigidas hacia los hombres (61,84%), por otro lado 116 FTN están dirigidas hacia las mujeres (38,16%).

Ejemplo 3: M8 -claro q si mi reina



Ejemplo 4: H22 -claro rey**Las FTN más usadas de acuerdo a quién va dirigida (hombre o mujer)**

Tomando solo las doce FTN simplificadas más usadas por los participantes, podemos observar que las FTN fueron dirigidas 137 veces hacia los hombres (64,32%) y 76 veces hacia las mujeres (35,68%). Los hombres son quienes más usan las FTN, al igual que son a los que van dirigidas en su mayoría estas mismas, tanto en el uso que le dan los mismos hombres, como el uso que le dan las mujeres.

Gráfico 5. Las FTN más usadas de acuerdo a quién va dirigida (Hombre o Mujer).

Fuente: elaboración propia.

Tomando solo las doce FTN simplificadas más usadas por los participantes, podemos observar que las preferidas para referirse a las mujeres son en primer lugar, la FTN simplificada “Mami_”, la cual fue usada 15 veces con un porcentaje de (19,73). En segundo lugar, la FTN simplificada “Amig_” que fue utilizada 13 veces con un porcentaje de (17,10%,) y en tercer lugar, también utilizada 13 veces con porcentaje de (17,10%) la FTN “Muchacha”. Es lógico que las FTN que son más empleadas para referirse a las mujeres estén dentro de las categorías *cariñosas* y *familiares*. Ya que como se ha mencionado, estas casi siempre muestran una tendencia mayor a dirigirse a sus interlocutores con características de cercanía, familiaridad y empatía, generando así vínculos más personales con ellos.

Por otro lado, podemos observar que las FTN más usadas para dirigirse a los hombres son en primer lugar, la FTN simplificada “Mani_” que fue usada 30 veces, con un porcentaje de (21,89%). En segundo lugar, la FTN simplificada “Herman_”, que fue utilizada 19 veces con un porcentaje de (13,86%) y en tercer lugar, utilizada 17 veces con un porcentaje de (12,40%) la FTN “Man”. Las FTN más usadas para dirigirse a los hombres muestran un vínculo de hermandad, no solo por estar en la categoría *familiar*, sino por el nivel de cercanía y confianza que demuestran, pero estas no llegan a generar un vínculo emocional o cariñoso como en el caso de las FTN usadas para dirigirse a las mujeres.

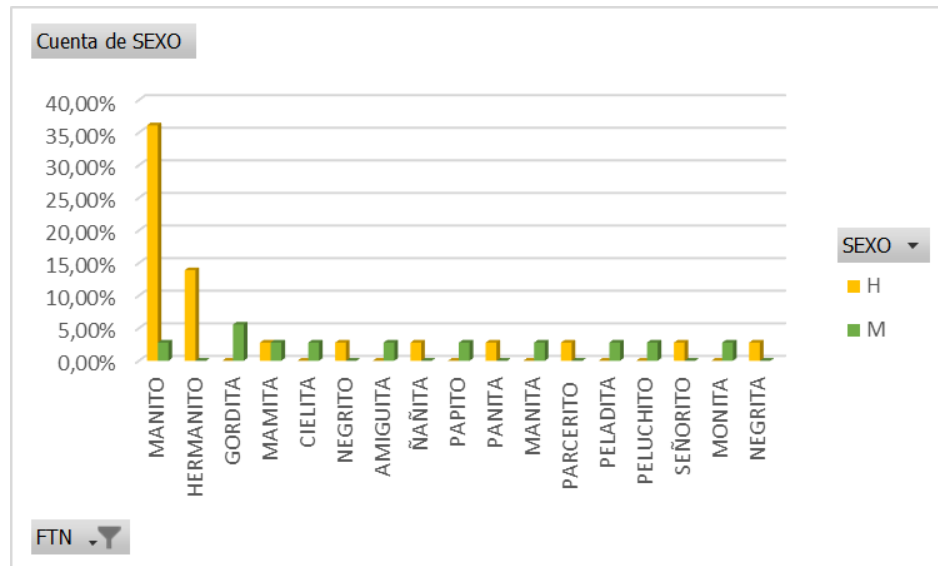
Recursos de modificación de las FTN de acuerdo al sexo

Diminutivos

De las 304 muestras de análisis que se recolectaron, encontramos que los participantes hicieron uso de las FTN con modificación en diminutivos en 36 ocasiones. Entre estas, hallamos que los

hombres usaron en un total de 25 veces (69,44%) las FTN con diminutivos y las mujeres un total de 11 veces (30,56%).

Gráfico 6. Uso de los diminutivos en las FTN de acuerdo al sexo (hombre y mujer).



Fuente: elaboración propia.

Como podemos observar en el *Gráfico* anterior, los hombres usan más diminutivos que las mujeres, pero este fenómeno se observa ya que, los hombres usaron en mayor cantidad la FTN “manito” con un uso de 13 veces (36,11%) para referirse a sus amigos. Pero en total, encontramos que para referirse a los hombres solo se usaron 7 FTN con diminutivos (“manito”, “hermanito”, “panita”, “señorito”, “negrito” y “papito”). En cambio, encontramos que para referirse a las mujeres, los participantes hicieron uso de 10 FTN con modificación en diminutivos. (“gordita”, “peluchito”, “cielita”, “amiguita”, “peladita”, “mamita”, “manita”, “monita”, “ñañita” y “negrita”). La FTN con diminutivo que más se usó para las mujeres fue la de “gordita” utilizada en 2 ocasiones (5,56%).

Los resultados anteriores, van en concordancia con los resultados encontrados por Gutiérrez (2022), donde menciona que en el contexto de amistad, las mujeres reportaron usar más diminutivos y apodos que los hombres tanto con amigos cercanos como no tan cercanos. En nuestro estudio, a pesar de que los hombres hayan hecho más uso de FTN con diminutivo las mujeres tienen un repertorio más amplio de éstas para dirigirse a sus amigos, es decir, que las mujeres son quienes siguen apelando a usar más FTN de tipo *cariñosas* con sus interlocutores.

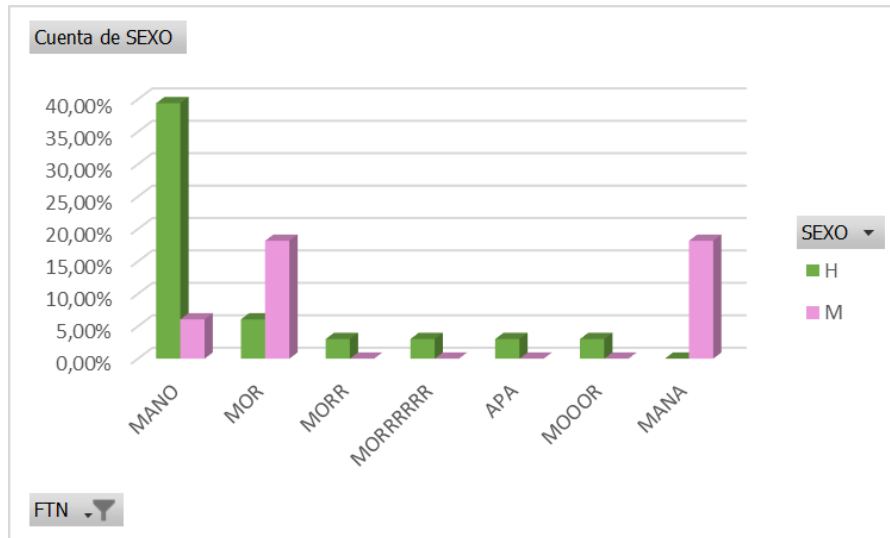
Procesos fonológicos hallados en el uso de las FTN

Si bien estamos trabajando con la forma escrita de las palabras, entendemos que éstas FTN corresponden a procesos fonológicos en el habla oral de los participantes que se transfieren a la escritura de estos mismos.

Aféresis lingüística

Como muestra el *Gráfico 7*, de las 304 muestras de análisis que se recolectaron, los participantes usaron 33 veces de las FTN con la aféresis. En este análisis, encontramos que los hombres son quienes hacen más uso de la aféresis en las FTN haciendo un uso total de éstas en 19 ocasiones (57,58%). Por otro lado, las mujeres usaron en un total de 14 ocasiones (42,42%) la aféresis en las FTN, es decir, que los hombres son los que más hacen uso de la aféresis lingüística en las FTN que usan para dirigirse a sus amigos en Facebook.

Gráfico 7. FTN modificadas con la aféresis lingüística de acuerdo al sexo.



Fuente: elaboración propia.

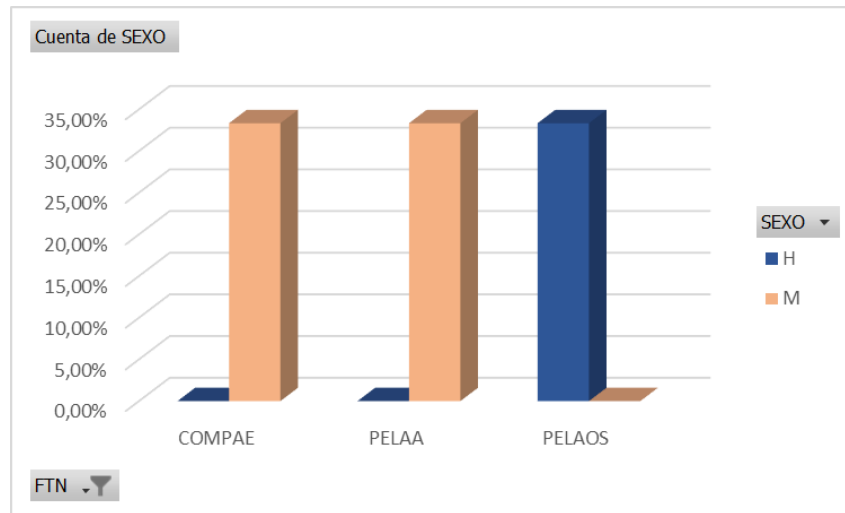
Como podemos observar en el *Gráfico* anterior, la FTN con aféresis que más usaron los hombres fue la de “mano”, utilizada en 13 ocasiones (39,39%). Por otro lado, las FTN con aféresis que más usaron las mujeres fueron las de “mana” y “mor” utilizada en 6 ocasiones ambas (18,18%). En este caso, los hombres asimismo como fueron quienes hicieron más uso de la aféresis, fueron también para quienes más estaban dirigidas las FTN con aféresis, con total de 6 FTN (“mano”, “mor”, “morr”, “morrrrrr”, “apa” y “mooor”). En el caso de las mujeres, se hizo uso de la aféresis hacia ellas solo en 2 FTN (“mana” y “mor”). Tanto hombres como mujeres hacen más uso de la misma FTN (“mano/a”) con la aféresis lingüística, esto no indica que ambos demuestran lazos de hermandad con sus amigos, teniendo en cuenta que esta FTN es un acortamiento de la FTN “hermano/a”.

Síncopa

De las 304 muestras de análisis que se recolectaron, los participantes usaron en 3 ocasiones la modificación con síncopa en las FTN. Las mujeres fueron quienes hicieron más uso de las FTN

con esta modificación en un total de 2 ocasiones (66,67%), por otro lado los hombres hicieron uso de está solo en 1 ocasión (33,33%).

Gráfico 8. FTN modificadas en síncopa de acuerdo al sexo.



Fuente: elaboración propia.

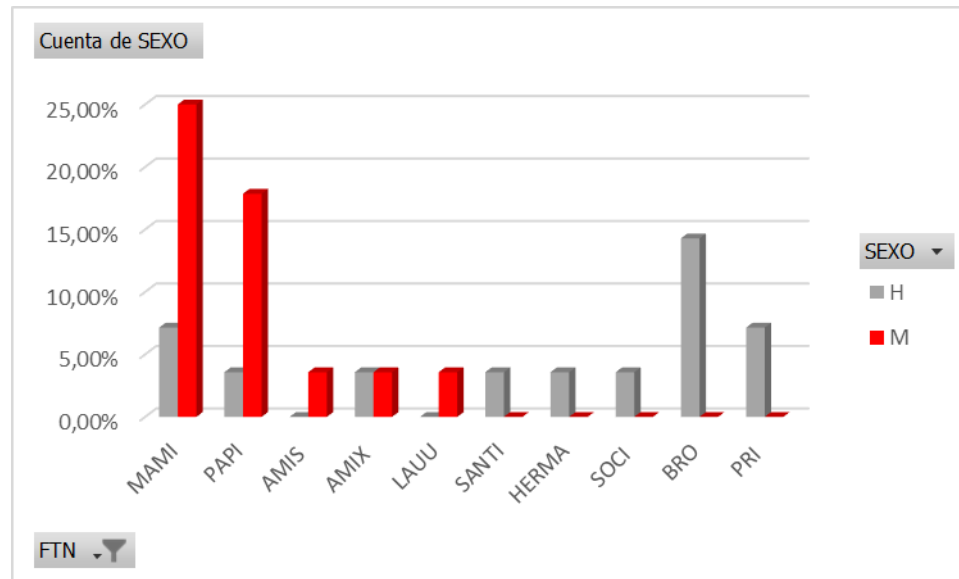
De acuerdo al *Gráfico* anterior, podemos concluir que todos los participantes hicieron igual uso de las FTN con modificación de síncopa, es decir, que tanto hombres como mujeres solo hicieron uso de está en una ocasión. Aunque las mujeres hayan hecho más uso de las FTN con esta modificación, observamos que los jóvenes de Cali hicieron más uso de FTN para dirigirse a los hombres, con un uso de 2 FTN (“compae” y “pelaos”). Para dirigirse a las mujeres, los participantes solo hicieron uso de la FTN (“pelaa”), notamos que en general los jóvenes de Cali casi no hacen uso de FTN con modificación de síncopa en las interacciones con sus amigos.

Apócope

De las 304 muestras de análisis que se recolectaron, los participantes usaron en 28 ocasiones la modificación con apócope en el uso de las FTN para dirigirse a sus amigos. Las mujeres fueron

quienes más hicieron uso de esta modificación, con un total de 15 ocasiones (53,57%), por otro lado los hombres hicieron uso de esta modificación en 13 ocasiones (46,43%).

Gráfico 9. FTN modificadas en apócope de acuerdo al sexo.



Fuente: elaboración propia.

A partir del *Gráfico* anterior, podemos concluir que la FTN con modificación en apócope que más utilizaron las mujeres fue la de “mami”, utilizada en 7 ocasiones (25,00%). Por otro lado, la FTN con esta modificación que más utilizaron los hombres fue la de “bro”, usada en 4 ocasiones (14,29%). A pesar de que las mujeres usaron ligeramente más las FTN con modificación en apócope, los hombres fueron quienes usaron un repertorio más amplio de FTN con esta modificación para dirigirse a sus amigos, estos usaron 8 FTN de (“bro”, “mami”, “pri”, “amix”, “papi”, “soci” y “herma”), las mujeres solo hicieron uso de 5 FTN con esta modificación (“mami”, “papi”, “amix”, “amis” y “lauu”).

Posición de las FTN (inicio, media, final e independiente) y su función de acuerdo al sexo.

Leech (1999), sugiere que la posición de una FTN en una oración está vinculada a su función. Identifica las siguientes posiciones: inicial, media, final e independiente (stand alone) y destaca tres funciones principales: a) llamar la atención, b) identificar al destinatario y c) establecer y reforzar las relaciones sociales como se cita en Placencia y Lower (2022, p.71).

Posición inicial:

- **H2:** manito vuélvase a acostar

Posición media:

- **M3:** Ah bueno papito, ya lo dijo.

Posición final:

- **H17:** muy toposo manito

Posición independiente:

- **M35:** Lindaaaaaas

Tabla 4. Posición de la FTN de acuerdo al sexo.

Posición	H	M	Total general
FINAL	23,36%	24,01%	47,37%
MEDIA	16,78%	13,16%	29,93%
INICIAL	7,24%	11,18%	18,42%
INDEPENDIENTE	2,63%	1,64%	4,28%
Total general	50,00%	50,00%	100,00%

Fuente: elaboración propia.

De acuerdo con la *Tabla* anterior, podemos observar que tanto los hombres como las mujeres muestran una mayor preferencia por usar las FTN en posición final en las interacciones con sus amigos, pero son las mujeres quienes hacen ligeramente más uso de esta posición (24,01%). Por otro lado, aunque los hombres también hacen más uso de la posición final muestran

un uso ligeramente más alto de FTN en posición media que las mujeres (16,78%), las mujeres por su parte hacen más uso de las FTN en posición inicial (11,18%). Referente al uso de las FTN en posición independiente no hay una gran diferencia entre el uso que le dan los hombres y las mujeres.

Teniendo en cuenta la teoría de Leech (1999), podemos decir que los participantes al hacer más uso de las FTN en posición final apelan más a la función interpersonal, la cual se centra más en establecer y reforzar las relaciones sociales con sus interlocutores. Cabe recalcar que estas funciones pueden variar según el tipo y posición de la FTN que se usen en las interacciones.

Estos fueron los resultados más relevantes de nuestra investigación, pasaremos ahora al apartado de conclusiones.

8 Conclusiones

En el presente estudio, se hizo un análisis sobre las Fórmulas de Tratamiento Nominal (FTN) que usan los jóvenes de la ciudad de Cali para referirse a sus amigos en interacciones virtuales por medio de la red social Facebook, haciendo una comparación entre el uso que le dan las mujeres y los hombres. El estudio se centró en un corpus de jóvenes de la ciudad entre las edades de 18 a 25 años, pero la mayoría de los participantes están entre los 22 y 23 años (57,89%) y el mayor porcentaje de estos son provenientes del estrato 1-2 de la ciudad (69,74%).

Nuestra primera pregunta planteada en el problema de investigación fue ¿Cuáles son las FTN más comunes utilizadas por hombres y mujeres para referirse a sus amigos en Facebook en el español coloquial de Cali? Luego del estudio, podemos concluir que de las 39 FTN analizadas, las más comunes que usan los hombres y mujeres de Cali para referirse a sus amigos son las siguientes (la mayoría de estas fueron formuladas con una simplificación, ya que dentro de estas mismas se encontraron variantes de una misma FTN) “Mani_” con un (12,17%), “Muchach_” con

un (9,54%), “Amig_” con (7,24%), “Herman_” con un (6,25%), “Man_” con un (5,59%), “Re_” con un (5,26%), “Mami_” con un (4,93%), “Socio” con un (4,28%), “Moroch_” con (4,28%), “Papi_” con (3,62%), “Mor” con un (3,62%) y “Amor” con un (3,29%).

Uno de los resultados principales, es que tanto los hombres como las mujeres, hacen más uso de FTN de las categorías de análisis *cariñosas* (40,13%) y *familiares* (30,26%), más que de las *descriptivas* (26,97%) y dejando casi excluida la categoría de *nombre propio* (2,63%). Lo anterior nos dice que los jóvenes tienen una preferencia muy alta por el uso de FTN que indican cercanía, confianza y familiaridad, lo cual es esperable que se dé en las relaciones de amistad, sobre todo en el contexto informal que se presenta en la red social Facebook. Algo que resultó particular es que se haga uso de categorías de tipo familiar siendo estas no reales en las interacciones lingüísticas de los jóvenes, lo cual podemos entender que a través de éstas están demostrando un lazo de confianza y cercanía más alto con sus interlocutores, esto parecer ser una característica del habla de los jóvenes caleños, pero podría expandirse al habla de los jóvenes colombianos, pero esto requiere otro estudio.

Referente a la segunda pregunta planteada en el problema de investigación ¿Existen diferencias significativas en el uso de las FTN entre hombres y mujeres en este contexto digital?, cabe resaltar que sí existen diferencias entre en el uso de las FTN entre las mujeres y hombres. Los resultados señalaron que las mujeres tienden a hacer más uso de las FTN tipo *cariñosas*, con una incidencia de 8,55% más que los hombres. Estas demuestran un tipo de comunicación más asertivo y personal, encaminado a establecer vínculos más emocionales con sus interlocutores. Este patrón corrobora teorías propuestas anteriormente sobre el tipo de lenguaje y comunicación que presentan las mujeres, donde sugieren que las mujeres hacen uso del lenguaje con el fin de crear y mantener sus relaciones interpersonales por medio de lazos afectivos, como lo señala Tannen (1991).

Contrario a esto, los hombres suelen hacer más uso de FTN de tipo *familiar* con una frecuencia de 9,87% más alta que las mujeres. Estas, están más ligadas a vínculos que reflejan confraternidad. Contrario a lo dicho por Herring (1993), consideramos que los hombres y mujeres de Cali hacen uso de estrategias lingüísticas diferentes para establecer vínculos de confianza y cercanía con sus amigos, pero esto no quiere decir que los hombres hacen uso de las FTN para demostrar algún tipo de autoridad o superioridad hacia sus interlocutores. Esto solo nos indica que los hombres demuestran este tipo de confianza y cercanía con sus amigos a través de FTN de tipo *familiares* y las mujeres de tipo *cariñosas*.

También se observó que los hombres son los principales destinatarios de las FTN analizadas, el 64,32% de éstas van dirigidas hacia los hombres y el 35,68% hacia las mujeres. Lo anterior nos dice que los hombres son quienes más reciben FTN en el corpus estudiado, a pesar de que son las mujeres las que manifiestan abiertamente un uso del lenguaje más emotivo. Esto nos puede dar un indicio sobre las dinámicas de género en las interacciones virtuales que tienen los jóvenes de la ciudad de Cali, ya que a pesar de una cantidad igual de hombres y mujeres en el estudio los hombres tienen un lugar más predominante, haciendo uso de las FTN y que del total de las muestras éstas se dirigían más a los hombres

Pese a que las mujeres son las que hacen un uso más alto de FTN de tipo *cariñosas* y personales, los hombres no mostraron un porcentaje muy bajo a este mismo tipo de FTN, esto nos quiere decir que aunque existen estereotipos de géneros y roles de sexo asignados que impactan en el lenguaje usado por los hombres y las mujeres, hay una creciente tolerancia al hecho de que los hombres pueden ser más abiertos, emotivos y personales en sus interacciones comunicativas con sus pares en medio digitales como la red social Facebook.

Futuros estudios podrían tomar en cuenta un corpus más amplio de participantes, así como trasladar este mismo estudio a plataformas digitales que en los últimos meses han presenciado un gran auge en su uso, ejemplo de esta es la plataforma Tik Tok, donde se pueda analizar no solo las diferencias de género respecto al uso del lenguaje, sino el uso del lenguaje y FTN referente a las interacciones de personas de todo el mundo.

9 Referencias

- Boyd, D. M., y Ellison, N. B. (2007). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210-230. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>
- Calderón Noguera, DF, & Durán Mendivelso, BN (2009). Caracterización sociolingüística de la comunidad de habla de Tunja. *Cuadernos de Lingüística Hispánica*, (14), 139-158. https://revistas.uptc.edu.co/index.php/linguistica_hispanica/article/view/384
- Carrasco-Santana, A. (1999). Revisión y evaluación del modelo de cortesía de Brown y Levinson. *Pragmalingüística*, (7), 1-44. <https://revistas.uca.es/index.php/pragma/article/view/499>
- Castellano-Asencio, M. D. (2012). Cortesía verbal y fórmulas de tratamiento nominales en el habla de Medellín. *Lingüística y Literatura*, 33(62), 123-139. <https://doi.org/10.17533/udea.lyl.14528>
- Cautín-Epifani, V., y Gladic, J. (2018). Fórmulas nominales de tratamiento en un corpus de discurso escrito en medios virtuales de hablantes de la provincia de Iquique (Chile). *Tonos Digital: revista de estudios filosóficos*, (35), 1-23. <http://www.tonosdigital.es/ojs/index.php/tonos/article/view/1993>

- Departamento Administrativo Nacional de Estadística [DANE]. (2019). *Resultados Censo Nacional de Población y Vivienda 2018*. <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion/censo-nacional-de-poblacion-y-vivienda-2018>
- Fishman, P. M. (1983). *Interaction: the Work Women do*. In Thorne et al eds 1983.
- Fontanella de Weinberg, M. B. (1999). Sistemas pronominales de tratamiento usados en el mundo hispánico. En Bosque, I. y Demonte, V. (Coord.), *Gramática descriptiva de la lengua española. Sintaxis básica de las clases de palabras* (pp. 1400-1425). Espasa.
- Gutiérrez-Rivas, C. (2022). Fórmulas de tratamiento nominales en jóvenes universitarios de Caracas en el contexto de amigos y pareja. *Cuadernos de la Alfal*, (14)(1), 105-128. <https://mundoalfal.org/cuadernos-de-la-alfal-no-14-1/>
- Herring, S. C. (1993). Gender and Democracy in Computer Mediated Communication. In Kling, R. (Coord.) *Computerization and controversy. Value conflicts and social choices*. (2a Ed.), (pp. 476-489). Morgan Kauffman.
- Leech, G. N. (1999). The distribution and functions of vocatives. En: Hasselgård, H., Johansson, S. y Oksefjell, S. (Eds.). *Out of Corpora: Studies in Honour of Stig Johansson* (Vol. 26). (Pp. 107-118). Brill
- Mahecha-Ovalle, A. (2020). Aproximación sociolingüística a las fórmulas de tratamiento nominales en el contexto comunicativo juvenil. *Enunciación*, 25(2), 272-291. <https://doi.org/10.14483/22486798.16187>
- Placencia, M. E., y Lower, A. (2022). Variación en el tratamiento nominal en español: una comparación de su empleo entre jóvenes ecuatorianas y españolas en Facebook. *Filología*, (54), 57-80. <https://doi.org/10.34096/filologia.n54.12241>

- Salinas, J. (24-27 de noviembre de 2003). *Comunidades virtuales y aprendizaje digital*. [Conferencia]. EDUTEC'03. VI Congreso Internacional de Tecnología Educativa y NNNT aplicadas a la educación: Gestión de las TIC en los diferentes ámbitos educativos, Venezuela.
- https://www.researchgate.net/publication/232242339_Comunidades_Virtuales_y_Aprendizaje_digital
- Seiz-Ortiz, R. (2015). Tratamiento de la pragmática en recursos de aprendizaje de lenguas a través de la web. *E-Aesla*, (1), 1-15. <https://cvc.cervantes.es/lengua/eaesla/pdf/01/40.pdf>
- Statista. (2023). *Number of monthly active Facebook users worldwide as of 4th quarter 2023 (in millions)*. <https://www.statista.com/statistics/264810/number-of-monthly-active-facebook-users-worldwide/>
- Tannen, D. (1991). *You Just don't Understand: Women and Men in Conversation*. New York: William Morrow and Company, Inc.
- Zapata-Buenaventura, M. (2001). *Transformaciones de género en la comunicación medida por computador (CMC)* [Tesis de grado, Universidad de Los Andes]. Repositorio Institucional Séneca. <http://hdl.handle.net/1992/21049>