

“Marica, hágame un favor”: aspectos socio-culturales en el habla de jóvenes bumanguesas

DUNIA CATALINA MÉNDEZ VALLEJO

West Virginia University

I. Introducción

El presente trabajo expone los resultados obtenidos de dos investigaciones lingüísticas recientes realizadas en el español colombiano, específicamente en la variedad bumanguesa, y discute el concepto de *imagen* que se desprende de los discursos de jóvenes universitarias.

La *imagen*, entendida desde el punto de vista de la pragmática, se refiere a la forma como un interlocutor desea ser percibido en la sociedad (Brown y Levinson 1987; Fant 1989; Leech 1983; entre otros). Dentro del marco de su modelo de cortesía, Brown y Levinson (1987) proponen que la *imagen* puede proyectarse de una manera positiva (se tienen en cuenta, se admiran o se ratifican los deseos de un individuo) o negativa (se respetan los deseos de un individuo y no se ejerce imposición).

Para Bravo (1999, 2004), el concepto de *imagen* provee un enfoque socio-cultural de la cortesía y permite relacionar el lenguaje con la sociedad y su cultura, dado que los hablantes desarrollan recursos interpretativos que se originan de su medio social y de sus experiencias comunicativas previas. En este sentido, los hablantes pueden compartir sus experiencias total o parcialmente con otros hablantes de su comunidad (las comparten con el grupo), o no compartirlas con ellos (mantenerlas de manera individual). Este enfoque surge entonces como un intento de caracterizar la *imagen social*, lo cual relaciona directamente el comportamiento comunicativo con el contexto socio-cultural. Con base en estas premisas, Bravo propone las nociones de *autonomía* y *afiliación*, adaptadas de Fant (1989), como necesidades humanas que componen el concepto de *imagen*. Para Bravo (1999), la *autonomía* se relaciona con la imagen que el individuo tiene de sí mismo y la imagen que otros tienen de este individuo como alguien diferente de su grupo social; la *afiliación*, por otro lado, se relaciona con la percepción que el individuo y que los otros en su comunidad tienen de él como parte del grupo.

Contrario a Brown y Levinson, Bravo (2004) afirma que los aspectos positivos y negativos de la *imagen social* no son universales y que deben ser definidos socio-culturalmente. En este sentido, la propuesta socio-cultural de Bravo contribuye en gran medida al estudio de la cortesía ya que la percibe como un factor no constante, cuyas estrategias no se aplican necesariamente en todas las comunidades de habla. De hecho, tal como Bravo lo sustenta, las categorías universales

de *autonomía* y *afiliación* no son fijas y deben interpretarse como categorías vacías que se completan de acuerdo con premisas socio-culturales de una comunidad.

Teniendo como base la perspectiva socio-cultural de *imagen* propuesta por Bravo, el presente trabajo analiza el discurso de jóvenes universitarias de Bucaramanga e ilustra cómo se revelan y cobran significado los aspectos de *autonomía* y *afiliación* al realizar peticiones y al reflexionar sobre el uso de la palabra *marica*. Esta investigación supone un paso importante para el desarrollo lingüístico en Colombia, ya que no se han realizado muchos estudios empíricos sobre estos temas, y mucho menos en la variedad bumanguesa.

El trabajo se organiza de la siguiente manera: en la sección II se hace un recuento de la producción de peticiones y se examinan los aspectos de la *imagen* que emergen de factores lingüísticos y extra-lingüísticos; en la sección III se discute la evolución de la palabra *marica* y los significados socio-culturales de la *imagen* que se infieren de su uso en el discurso cotidiano; en la sección IV se discuten y concluyen brevemente los resultados de las dos investigaciones y se mencionan impedimentos e ideas para estudios futuros.

II. El concepto de *imagen* en la producción de peticiones

Hasta el momento se han realizado muchos estudios interesantes sobre la producción de peticiones en el español: en el español argentino se destaca Blum Kulka et al. 1989; en el español peruano y venezolano García 1993, 2002; en el español uruguayo Márquez-Reiter 2000; en el español ecuatoriano y peninsular Placencia 1998; en el español mexicano Félix-Brasdefer 2005; entre otros.

En el caso del español colombiano, pocas investigaciones se han centrado en el papel que juega la cortesía en la producción de peticiones. El estudio de Delgado (1995) sobre las peticiones producidas por hablantes colombianos, españoles y estadounidenses constituye un primer intento por explorar esta área de la pragmática en la variedad colombiana. Basada en el modelo de cortesía de Brown y Levinson (1987), Delgado indica que el grupo español es el más directo e informal al realizar una petición, mientras que el grupo colombiano es el más formal. Escamilla et al. (2004), en su estudio semio-lingüístico de la cortesía en Barranquilla, concluyen que los procesos conversacionales en esta región colombiana se basan en rituales específicos que están estrechamente relacionados con la idiosincrasia de la comunidad, la cual se caracteriza por la informalidad, el afecto positivo y la franqueza.

El presente estudio examina la producción de peticiones en una variedad colombiana poco estudiada (bumanguesa) teniendo en cuenta no sólo aspectos lingüísticos (estrategias de mitigación, uso de formas de tratamiento), sino también extra-lingüísticos (prosodia). Con este fin, se tomaron muestras habladas de dos grupos de jóvenes universitarias oriundas de Bucaramanga y sus áreas aledañas: siete hablantes pertenecientes a la carrera de Negocios Internacionales de la Universidad Santo Tomás de Aquino, y tres de la carrera de Licenciatura en Idiomas de la Universidad Industrial de Santander. Todas las participantes interactuaron con la misma voluntaria (su profesora de inglés) en cuatro situaciones de simulación abierta presentadas en un sistema simétrico de poder (-Poder) y con dos grados de distancia social (\pm Distancia). En cada una de las cuarenta interacciones, cada participante produjo y negoció una petición en contextos conversacionales académicos y profesionales¹.

Los actos principales de petición recolectados se clasificaron según un patrón modificado de Blum Kulka et al. y Márquez-Reiter en: a) peticiones directas (ej. *abra la ventana*); b) peticiones convencionalmente indirectas (ej. *¿por qué no abre la ventana?*); y c) peticiones no-convencionalmente indirectas (ej. *está haciendo calor...*). Los resultados preliminares muestran que de los 94 casos de actos principales de petición el 49% (N=46) son peticiones directas, el 44% (N=41) son convencionalmente indirectas, y el 7% (N=7) son no-convencionalmente indirectas. Esto sugiere una tendencia inesperada ya que en otras variedades del español se ha encontrado que las peticiones directas son menos frecuentes que las convencionalmente indirectas (ej. Blum Kulka et al. 1989; García 1993; Márquez-Reiter 2000). Sin embargo, un análisis más detallado de los datos indica que las peticiones directas son más frecuentes en situaciones de -Distancia y las indirectas en situaciones de +Distancia:

Tipo de Estrategia del acto principal	Tipo de Situación								Totales	
	+Distancia				-Distancia					
	Llevar a la gasolinera		Pedir apuntes de la clase		Lavar el baño el fin de semana		Pedir direcciones		N	%
Directa	4	9	5	11	11	24	26	56	46	100
Con. Indirec.	15	36	13	32	6	15	7	17	41	100
No-Con. Indirec.	5	71	0	0	2	29	0	0	7	100

Tabla 1: Distribución de actos principales de petición en todas las situaciones

¹ Ver Méndez Vallejo (2007) para una descripción más completa y detallada de la metodología utilizada.

Como era de esperar en esta variedad colombiana, los actos principales de petición en situaciones de +Distancia van siempre acompañados de varias estrategias de mitigación externas (alertadores, intensificadores y razones) e internas (marcadores de cortesía, negación, diminutivos e intensificadores) que ayudan al interlocutor a minimizar la fuerza de la imposición. Asimismo, en el caso de situaciones de –Distancia, las participantes emplean diferentes tipos de mitigación externas e internas pero se observa más imposición e informalidad que en situaciones de +Distancia.

Además de estas tendencias lingüísticas, es importante mencionar que existen ciertos factores extra-lingüísticos (prosódicos) que enfatizan o atenúan la fuerza de la imposición. En particular, se observa que los actos principales indirectos generalmente se producen con un tono de entonación bajo (200-260 Hz), mientras que los actos principales directos tienden a producirse con un tono de entonación más alto (240-380 Hz). Además, el análisis prosódico de los actos directos indica que los contornos de tono descendente en la producción de actos principales se deben al deseo del interlocutor de mitigar la imposición o de hacer la petición más tentativa. Por el contrario, los contornos de tono ascendente denotan contraste y mayor imposición por parte de la persona que realiza la petición.

Dado el comportamiento lingüístico y extra-lingüístico que se observa en la producción de peticiones, es claro que las jóvenes bumanguesas son conscientes de las implicaciones sociales de sus actos lingüísticos y que es esto lo que determina qué estrategias conversacionales (lingüísticas y extra-lingüísticas) emplean en una situación específica de habla. Los resultados de las interacciones también reflejan ciertos componentes de la *imagen*, más específicamente en términos de su necesidad por manifestar su *autonomía* y *afiliación* (Bravo 1999, 2004).

En las situaciones de +Distancia, por ejemplo, las hablantes claramente reconocen a su interlocutor como el otro que debe ser respetado (reconocen la *autonomía* de su interlocutor). En la situación conversacional en la que deben pedirle a una desconocida que las lleve a la estación de gasolina más cercana, todas las participantes indican un alto grado de respeto por medio del uso de estrategias externas e internas: alertadores (*uy señora, qué pena, discúlpeme pero...*), razones (*...es que mi carro se quedó sin gasolina*), marcadores de cortesía (*si no sería mucha molestia*), diminutivos (*un momentico*), o expresiones corteses (*buenas noches señora, le agradecería muchísimo, que Dios se lo pague*). En la situación conversacional en la que deben pedirle a una compañera que les preste sus notas de clase vemos el mismo deseo de las

participantes por demostrar respeto hacia el otro. En algunos casos la deferencia entre ellas y su interlocutora se ilustra en el uso de expresiones de mitigación como: *¿será que eres tan amable y me los puedes prestar?, qué pena contigo*, etc. Sin embargo, aunque las participantes reconocen la distancia social que hay entre ellas y su interlocutora en las situaciones conversacionales de +Distancia, vemos que también desean ser entendidas y recibir ayuda. Esta necesidad de sentirse *afiliadas* (buscando la solidaridad de su interlocutora) se percibe en el uso de expresiones como: *ay señora, no me deje aquí; o eso puede costar mi trabajo o todo lo que depende de mi*.

Esta necesidad por garantizar su *autonomía* y *afiliación* también se revela en las situaciones de –Distancia ya que se expresa solidaridad y se construyen lazos de camaradería entre las interlocutoras en cada interacción. En la situación en la que las participantes deben asumir que su interlocutora es su compañera de apartamento y le piden que lave el baño el fin de semana, es claro que demuestran su deseo por ser comprendidas y recibir ayuda (expresan su necesidad de solidaridad), a pesar de que son conscientes de que están haciendo una imposición. En este sentido, las participantes reconocen la necesidad de *autonomía* de su interlocutora, lo que se demuestra en el uso de expresiones como: *yo sé que me corresponde hacerle el aseo al baño(...) pero me es imposible hacerlo*. Dada la imposición, las participantes intentan construir lazos de camaradería con su interlocutora para así minimizar la fuerza de su petición. Esta necesidad de *afiliación* (de acercarse a su interlocutora) se ilustra en el uso de expresiones informales (*porfis*) y de insistencia (*ay di que sí, di que sí*), así como por la repetición innecesaria de justificaciones a lo largo de la conversación.

La *autonomía* y la *afiliación* también se manifiestan en el uso de formas de tratamiento (*usted* y *tú*). Es importante anotar que algunas participantes hacen uso de ambas formas a lo largo de una o más interacciones, lo cual es característico de algunas regiones colombianas (Carricaburo 1997; Ringer Uber 1984). En cuanto al uso de *usted*, Ringer Uber (1984) observa que esta forma de tratamiento no siempre señala deferencia o distancia entre los hablantes. De hecho, *usted* puede expresar + Solidaridad (entre amigos y familiares cercanos) o –Solidaridad (entre extraños o conocidos no cercanos). Asimismo, en los datos aquí recolectados se encuentran estos mismos usos graduales de *usted* (\pm Solidaridad), ya que las participantes lo emplean para interactuar con amigos cercanos (al pedir direcciones y la limpieza del baño), con conocidos no cercanos (al pedir prestados los apuntes de la clase) y con desconocidos (al pedir que las lleven a la gasolinera más cercana). En el caso de las participantes de la universidad

privada (Santo Tomás), es evidente que hacen un esfuerzo por utilizar *tú* en vez de *usted*, posiblemente porque esto las hace ser reconocidas como miembros de una clase social más privilegiada (ver también Ringer Uber). Por lo tanto, estas participantes se empeñan por *afiliarse* a una comunidad de práctica más prestigiosa y deseable, y al mismo tiempo enfatizan su *autonomía* al proyectarse como individuos independientes y diferentes de los demás.

Finalmente, en el caso de los factores prosódicos antes mencionados, vemos también la tendencia por manifestar necesidades de *autonomía* y *afiliación*. En el caso de actos principales directos, los contornos de entonación ascendente indican intensificación de la imposición y menor tentativa. Por ejemplo, en el caso de “*pregunte usted↑*”, la participante refuerza los lazos de camaradería con su interlocutora (*afiliación*), así como su necesidad de crear distancia entre ella misma y su interlocutora (*autonomía*). Por el contrario, los contornos de entonación descendente indican mitigación de la imposición y mayor tentativa. En la oración “*pregúntele usted↓*” la participante está consciente de que su interlocutora es alguien diferente de ella (*autonomía*) pero suaviza la imposición con un tono bajo, lo que expresa su deseo de mantener la amistad y la solidaridad con su interlocutora (*afiliación*).

III. El concepto de *imagen* en el uso de la palabra *marica*

En la mayoría de las variedades del español la palabra *marica* se refiere exclusivamente a un hombre que se siente atraído sexualmente hacia otro hombre. Según el Diccionario de la Real Academia Española de la Lengua (DRAE), este término se origina como un diminutivo de la palabra *María* y se usa informalmente para designar a un hombre homosexual o afeminado. Sin embargo, en el español colombiano *marica* ha adquirido otros significados que no tienen ninguna relación con esta noción de homosexualidad, así como ciertas funciones lingüísticas, sociales y culturales. García Valdivieso (2006) observa este cambio y describe sucintamente cómo este término es usado por jóvenes colombianos para reemplazar el nombre de una persona, expresar afecto o enfatizar el hecho de que alguien actúa sin sentido común². Así, en el ejemplo (1), *marica* se usa para referirse a alguien tonto o que actúa de manera insensata; en (2) se utiliza como una forma de tratamiento entre amigos; en (3) se emplea como una interjección, para

² El periodista colombiano Daniel Samper Pizano también ha discutido el uso de *marica* como expresión de afecto en su blog en línea “*Quiubo marica*”, publicado el 10 de julio de 2008.

expresar una emoción en el discurso; y en (4) se utiliza como un marcador discursivo, no necesariamente para referirse a alguien en particular³⁻⁴:

- (1) *No lo pongas a cobrar porque es tan **marica** que no le dan lo que es.*
- (2) ***Marica**, ¿si supo que se casó Marta?*
- (3) *¡Ay **marica**! La embarré.*
- (4) ***Marica**, tengo una baraja, una carta, **marica**...y **marica**, que valen como 10.000 pesos.*

A pesar de que los usos y significados de la palabra *marica* han cambiado dramáticamente en los últimos treinta años, son pocos los estudios formales que se han realizado. Navarrete (2007) comenta brevemente sobre el desafortunado cambio semántico de *marica* y argumenta que su uso vulgar subraya la pobreza léxica de aquellos que la utilizan. Por otra parte, Asqueta Corbellini (2008), encuentra que los hablantes bogotanos la han despojado de su naturaleza vulgar y la han transformado en una expresión de intimidad que los acerca a su interlocutor.

El presente estudio explora los diversos usos y significados de *marica* en la variedad bumanguesa, específicamente entre jóvenes universitarias, y busca sentar bases para estudios lingüísticos futuros más exhaustivos. Siguiendo la propuesta socio-cultural de Bravo (1999, 2004), se discuten también las implicaciones de las nociones de *autonomía* y *afiliación* en los significados que *marica* ha adquirido en esta variedad colombiana.

Para la recolección de los datos se realizaron cuestionarios de percepción lingüística entre 26 jóvenes universitarias procedentes de Bucaramanga y sus áreas aledañas, y que pertenecen a dos comunidades de práctica diferentes: 15 de la Universidad Industrial de Santander (institución pública) y 11 de la Universidad Santo Tomás de Aquino (institución privada). El cuestionario consta de dos partes: la primera presenta una sección de siete preguntas de selección múltiple, y la segunda siete preguntas de respuesta abierta. En la primera parte del cuestionario, las participantes reportan los diferentes usos que ellas (u otros) hacen de la palabra *marica*, el tipo de persona que emplea esta expresión y la situación conversacional en la que ocurre. En la segunda parte del cuestionario, las participantes explican más detalladamente, y en sus propias palabras, la percepción que ellas (y el resto de la comunidad) tienen del uso de la palabra *marica*.

³ Nótese que ninguno de estos ejemplos se relaciona con la idea de homosexualidad y en ninguno de ellos se expresa una actitud (positiva o negativa) hacia la orientación sexual de otra persona.

⁴ Estos ejemplos son casos modificados que se obtuvieron de una muestra de noventa minutos de conversación espontánea entre varios grupos de jóvenes bumangueses (hombres y mujeres). De aquí surgieron cuarenta casos de *marica*, distribuidos de la siguiente forma: 60% (N=24) como Marcador Discursivo; 30% (N=12) como forma de tratamiento; 7.5% (N=3) como sinónimo de *tonto*; y 2.5% (N=1) como interjección. Ver: Méndez Vallejo (2011).

Los resultados obtenidos en el cuestionario muestran tendencias interesantes en el uso y percepción de la palabra *marica*. De las 26 participantes, sólo el 19% (N=5) admite nunca utilizar esta palabra mientras que el 73% (N=19) reporta hacerlo muchas veces. Asimismo, la mayoría de sus respuestas apunta a que se usa para expresar rabia (33% = 10/31), afecto (19% = 6/31), para saludar (19% = 6/31) o para entablar una conversación (19% = 6/31); en lugares públicos (51% = 26/51) y educativos (45% = 23/51); entre hombres y mujeres de 15 a 30 años de edad (51% = 51/100) que frecuentan colegios o universidades (64% = 50/78); y que mantienen una relación de amistad estrecha (26% = 26/99) o son compañeros de estudio (23% = 23/99). Entre las explicaciones dadas por las participantes, se encuentra que la mayoría usa *marica* porque es una expresión muy frecuente y están acostumbradas a usarla porque es forma de expresar confianza, o simplemente porque refuerza emociones de rabia o sorpresa. Para las informantes que nunca utilizan *marica*, este término les parece *inapropiado para una mujer* porque las hace ver *ordinarias o masculinas*. A pesar de la connotación negativa que esta palabra pueda tener para algunas participantes, en la mayoría de las respuestas *marica* se percibe como una expresión *normal* que no genera ningún tipo de reacción específica, pero que puede generar una imagen positiva o negativa del otro (como alguien sociable, relajado o incluso perezoso).

En términos de los significados socio-culturales de la palabra *marica* en el español de Bucaramanga, los resultados sugieren que existe una pequeña distinción entre la camaradería y el respeto. Es decir, por un lado, las participantes perciben positivamente al que usa este término como una persona joven, sociable, digna de confianza y fácil de tratar; y por otro lado, lo perciben negativamente como alguien irrespetuoso, irresponsable, maleducado y perezoso.

Teniendo en cuenta las nociones de *autonomía* y *afiliación* definidas por Bravo, se espera que usar *marica* en el contexto conversacional apropiado (en una situación informal con amigos cercanos) permita al interlocutor formar parte de su comunidad de práctica y desarrollar la confianza del otro. En este caso, los hablantes satisfacen su necesidad de *afiliarse* al grupo y ser aceptados por sus semejantes. Por otro lado, usar este término en el contexto conversacional inapropiado (en una situación formal con personas que tienen más poder y/o con las que se tiene más distancia social) hace que los interlocutores se sientan insultados o incómodos. De esta forma, aquellos que escuchan la palabra *marica* o aquellos a los que se hace referencia con este término en una situación conversacional inapropiada necesitan satisfacer su *autonomía* de tal manera que sean respetados y valorados como individuos independientes.

Por lo tanto, si alguien utiliza la palabra *marica* en un lugar público mientras habla con sus amigos, lo esperado es que se perciba como alguien joven, sociable, amigable y de confianza. En este caso, los hablantes a su alrededor lo aceptarán y harán parte de su grupo. Sin embargo, si esa misma persona usa *marica* en un lugar más restringido (en la casa, en el trabajo, durante una clase, en una iglesia, etc.) para hablar con alguien que no conoce bien o a quien debe respetar (sus padres o abuelos, su jefe, su profesor, etc.), será percibido como alguien irrespetuoso, irresponsable o vulgar, lo cual puede insultar o hacer sentir incómodos a sus interlocutores.

IV. Discusión y conclusiones

Los estudios que se discuten en las secciones II y III ilustran cómo el discurso producido por jóvenes bumanguesas puede contener varios aspectos socio-culturales de la *imagen social*. En el caso de la producción de peticiones, todas las participantes hacen un esfuerzo por construir una *imagen* favorable que proyecte su independencia y autenticidad (su necesidad de *autonomía*), así como su capacidad de ser solidarias y compatibles con otros (su necesidad de *afiliación*). Estas tendencias se perciben en su discurso oral por medio de estrategias lingüísticas (expresiones de mitigación y cortesía, uso de formas de tratamiento) y extra-lingüísticas (cambios prosódicos). En cuanto a la variación lingüística en Colombia, este estudio sugiere que al realizar una petición los hablantes de Bucaramanga hacen uso de expresiones lingüísticas de cortesía más frecuentemente que los hablantes de Barranquilla (Escamilla et al. 2004), pero no en la misma proporción que los hablantes de Pasto (Delgado 1995). Es decir, las estrategias convencionalmente indirectas y no-convencionalmente indirectas son más comunes en las dos ciudades andinas (Pasto y Bucaramanga) que en la ciudad caribeña (Barranquilla), lo cual coincide con los hallazgos de otras investigaciones (ej. García 1993, 2002). En este sentido, es posible que mientras los hablantes de Barranquilla son más informales y francos (Escamilla et al) y los de Pasto son más formales y reservados (Delgado), los hablantes de Bucaramanga se encuentran en un punto medio de (in)formalidad.

En el caso de los cuestionarios de percepción, los resultados indican que, en su gran mayoría, las jóvenes bumanguesas aceptan el uso de la palabra *marica* y la reconocen como un término común, propio de su entorno. Además, el uso de este vocablo en situaciones conversacionales informales (con amigos o compañeros cercanos) provoca un sentimiento de *afiliación* entre las participantes (solidaridad, cercanía, camaradería, aceptación social). Sin

embargo, el uso de *marica* en situaciones conversacionales formales (con familiares, conocidos o gente mayor) hace que las participantes sientan la necesidad de proteger su *autonomía* (de ser respetadas y percibidas como alguien diferente e independiente).

En este sentido, teniendo en cuenta los resultados de Escamilla et al y Delgado, se podría conjeturar que el uso de *marica* en Barranquilla y Pasto generará significados y aspectos socio-culturales de la *imagen* diferentes de los que ahora se generan en Bucaramanga. Sin embargo, para poder llegar a una conclusión mejor sustentada es necesario realizar más investigaciones de este tipo que exploren los comportamientos lingüísticos de hablantes pertenecientes a varias regiones dialectales, grupos sociales, niveles de edad e instrucción. Sólo así se podrá obtener una visión más completa y acertada no sólo de cómo hablan los colombianos, sino también de qué significados socio-culturales se entretujan en su discurso.

Obras citadas

- Asqueta Corbellini, M. C. (2008). Noticia sobre los usos lingüísticos manifestados por los jóvenes universitarios bogotanos. *Revista Interacción*: 49. Bogotá: CEDAL.
- Blum-Kulka, S., House, J. y Kasper, G. (1989). *Cross-Cultural Pragmatics: Requests and Apologies*. Norwood, NJ: Ablex.
- Bravo, D. (2004). Tensión entre universalidad y relatividad en la teoría de la cortesía. En: D. Bravo y A. Briz (eds.), *Pragmática sociocultural: Estudios sobre el discurso de cortesía en español*. Barcelona: Ariel, pp. 15-37.
- _____. (1999). ¿Imagen 'positiva' vs. imagen 'negativa'? Pragmática socio-cultural y componentes de 'face'. *Oralia: Análisis del Discurso Oral*, 2: 155-84.
- Brown P. y Levinson S. (1987). *Politeness: Some universals in language usage*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Carricaburo, N. (1997). *Las fórmulas de tratamiento del español actual*. Madrid, Arco Libros, S.L.
- Delgado, V. L. (1995). *Politeness in Language: Directive Speech Acts in Colombian and Castilian Spanish, and U.S. English*. PhD Dissertation. State University of New York: Stony Brook, NY.
- Escamilla M., J. et al. (2004). La cortesía verbal y gestual en la ciudad de Barranquilla (Colombia). En: D. Bravo y A. Briz (Eds.), *Pragmática sociocultural: Estudios sobre el discurso de cortesía en español*. Barcelona: Ariel, Pp. 15-37.
- Fant, L. (1989). Cultural mismatch in conversation: Spanish and Scandinavian communicative behaviour in negotiation settings. *Hermes Journal of Linguistics*, 3, 247-65.
- Félix B., C. (2005). Indirectness and Politeness in Mexican Requests. En: Eddington, D. (ed.); *Selected Proceedings of the 7th Hispanic Linguistics Symposium*. Somerville, MA: Cascadilla Proceedings Project. Pp. 66-78.
- García, C. (2002). La expresión de camaradería y solidaridad: Cómo los venezolanos solicitan un servicio y responden a la solicitud de un servicio. En: M. E. Placencia y D. Bravo (eds.), *Actos de habla y cortesía en español*. Munich: Lincom. Pp. 55-88.
- _____. (1993). Making a request and responding to it: A case study of Peruvian Spanish speakers. *Journal of Pragmatics* 19. 127-152.
- García Valdivieso, G. (2006). *Arco iris en el tiempo: Salgamos del closet*. Bogotá: Icono.
- Leech, G. (1983). *Principles of pragmatics*. London: Longman.
- Márquez-Reiter, R. (2000). *Linguistic politeness in Britain and Uruguay: a Contrastive Study of Requests and Apologies*. Philadelphia: John Benjamins.
- Méndez Vallejo, D. C. (2011). "*Quiubo marica*": *The new trendy form of address in Colombian Spanish*. Manuscrito en revisión.
- _____. (2007). *Conversational patterns in requests: The case of young female university students from Bucaramanga, Colombia*. Manuscrito no publicado.
- Placencia, M. E. (1998). Pragmatic variation: Ecuadorian Spanish vs. Peninsular Spanish. *Spanish Applied Linguistics*, 2.1, 71-106.
- Navarrete, C. A. (2007). Pobreza léxica. *Vigía del idioma*: 14. Bogotá: Academia Colombiana de la Lengua.
- Real Academia Española. *Diccionario de la Real Academia Española (DRAE)*. <http://www.rae.es/>
- Ringer Uber, D. (1984). The pronouns of address in the Spanish of Bogotá, Colombia. *The SECOL review*. Vol. 8, Iss. 1. 59-74.
- Samper Pizano, D. 2008. Blog: *Quiubo marica*. <http://www.danielsamperpizano.com/2008/07/10/%C2%BFquiubo-marica/>