

## EL VOSEO DE LA ZONA DEL RÍO DE LA PLATA: UNA PROPUESTA DIDÁCTICA PARA LA ENSEÑANZA DEL ESPAÑOL COMO LENGUA EXTRANJERA (E/LE)

Germana da Cruz PEREIRA\*  
Leidiane Nogueira PEIXOTO\*\*

### RESUMEN

En esta investigación, presentamos una discusión acerca del fenómeno lingüístico voseo que es uno de los aspectos del español de América característico de la región del Río de la Plata, considerando estudios publicados por diferentes autores sobre su origen, sus usos y características. Realizamos, todavía, un análisis del uso del voseo, por medio de textos, específicamente del género anuncio publicitario, de modo a verificar los debidos desdoblamientos de cuño teórico en lo que dice respecto a las funciones gramaticales de uso del pronombre vos en esta zona, además de elaborar una propuesta didáctica con los anuncios publicitarios analizados con el objetivo de contribuir para la enseñanza de este fenómeno en las clases de español como lengua extranjera. Para ello, tomamos como aporte teórico las consideraciones de Pontes y Coan (2013), Sanches y Silva (2014), Lapesa (1986), Castedo (2014), Nazarko (2009), Negroni y Gelbes (2004), Oliveira et al. (2011), entre otros. Los resultados resaltan la importancia de trabajar la enseñanza de los fenómenos de la variación lingüística, a partir de actividades con producciones de géneros textuales, que estén cerca de la realidad de los aprendices, con el objetivo de estimular la participación de los estudiantes y aproximarlos del lenguaje utilizado habitualmente por hablantes.

**Palavras-chaves:** Lingüística Aplicada. Enseñanza de E/LE. Voseo.

### ABSTRACT

In this investigation, we present a discussion about the linguistic phenomenon voseo, which is an aspect of the American Spanish commonly spoken in Rio da Prata's region, considering studies published by different authors about its origins, uses and characteristics. Further than that, we made an analysis of voseo's use, through texts, especially from the publicity genre, in order to verify theoretical consequences regarding grammar functions of the pronoun vos' use in this region. Also, we elaborated a didactic plan with the analyzed publicity with the goal of contributing to the teaching of this phenomenon in Spanish classes. To fulfill this task, we take as our theoretical references the studies of Pontes y Coan (2013), Sanches y Silva (2014), Lapesa (1986), Castedo (2014), Nazarko (2009), Negroni y Gelbes (2004), Oliveira et al. (2011), among others. The results highlight the importance of working around the teaching of linguistic variation phenomenons, using activities of textual production that are close to the student's reality, aiming to stimulate the student's participation and to get them closer to the language usually spoken by the native

\* Professora do Departamento de Letras Estrangeiras da Universidade Federal do Ceará (UFC), doutora em Linguística pela UFC. E-mail: [germanadacruz@hotmail.com](mailto:germanadacruz@hotmail.com)

\*\* Professora de Espanhol da Secretaria da Educação do Estado do Ceará (Seduc), especialista em Linguística Aplicada e Ensino de Línguas Estrangeiras pela Universidade Federal do Ceará. E-mail: [euleidnogueira22@gmail.com](mailto:euleidnogueira22@gmail.com)

speakers.

**Keywords:** Applied Linguistics. Teaching S/FL. Voseo.

**Fecha de sumisión:** 10/07/2020

**Fecha de Aprobación:** 13/07/2020

## 1 INTRODUCCIÓN

De acuerdo con García de la Concha (2013), el español es una lengua hablada por más de 500 millones de personas como lengua materna, segunda o extranjera. La lengua española se manifiesta de formas variadas, debido a su gran extensión geográfica y cantidad de hablantes en diversos países y regiones hispanoamericanas.

Una de las manifestaciones de la variación es el fenómeno lingüístico *voseo*, objeto de estudio de nuestra investigación. Aunque sea utilizado en varios países hispanohablantes, el *voseo* se trata de un fenómeno característico de los países que forman parte de la zona del Río de la Plata.

En nuestra investigación, presentamos un estudio del *voseo* desde su origen, sus usos y características con enfoque en los países de la zona rioplatense. Para ello, tomamos como aporte teórico las consideraciones de: Pontes y Coan (2013), Sanches y Silva (2014), Lapesa (1986), Castedo (2014), Nazarko (2009), Negroni y Gelbes (2004), entre otros. Además, realizamos un análisis del uso del *voseo*, por medio del género textual anuncio publicitario de los países Argentina, Uruguay y Paraguay, de modo a verificar aspectos gramaticales de uso del pronombre *vos* en esta zona y las funciones del lenguaje de la publicidad, tales como, *Expresiva, Directiva, Lingüística, Apelativa y Poética*, destacadas por Oliveira et al. (2011). Por fin, elaboramos una propuesta didáctica con los anuncios publicitarios analizados con el objetivo de contribuir *para* la enseñanza de este fenómeno en las clases de español como lengua extranjera.

## 2 LAS VARIEDADES DEL ESPAÑOL

Pontes y Coan (2013), afirman que cuando hablamos de las variedades lingüísticas del español, no podemos pensar en una unidad lingüística, pues toda lengua posee variantes en los niveles fonético-fonológico, morfosintácticos, semántico-lexicales y pragmático-discursivos, que constituyen las diversas variedades peninsulares y americanas. Además, otros factores que contribuyen para la formación de las variantes están relacionados a los aspectos históricos, geográficos y a la influencia de otros idiomas en los territorios donde se habla español.

La diversidad lingüística se muestra en varios niveles, pero hay que resaltar que algunos presentan más heterogeneidad que otros. Podemos mencionar el léxico que presenta más variación que los niveles fonéticos y gramaticales. Según Maia (2007), podemos citar como ejemplo de la variación de léxico la influencia de las lenguas indígenas precolombinas en el español americano. Cuando llegaron a América, los colonizadores encontraron alimentos y elementos de la flora y fauna que no había en Europa, de manera que pasaron a llamarlos como los llamaban los indios. En el campo fonético-fonológico, el español americano está más cerca del

español de Andalucía y Canarias. Con relación al nivel morfosintáctico, el español de América comparte rasgos comunes, como el uso del diminutivo *-ito*, el uso del Pretérito Indefinido, el tratamiento informal en plural en la tercera persona *ustedes* e informal en singular con *vos* en algunas regiones (MAIA, 2007, p. 10).

A partir de la necesidad de estudiosos en investigar los fenómenos de la variación lingüística, de modo a considerar la sociedad en que se habla un idioma, llevando en consideración el hecho de que una lengua no es homogénea y estable, pero cambia constantemente debido a las interacciones sociales, surgieron en la década de 1960, los primeros estudios en el área de la Sociolingüística Variacionista. Los estudios surgieron como reacción a la propuesta de Chomsky en la década de 1950, cuya teoría – la gramática generativa – tenía como enfoque el estudio de la competencia de un hablante-oyente ideal que pertenece a una comunidad lingüística homogénea. (PONTES; COAN, 2013, p. 180)

De acuerdo con Sanches y Silva (2014, p. 300), la teoría de la sociolingüística variacionista fue creada por William Labov, que trajo en sus estudios consideraciones de su teoría aplicada a los estudios relacionados a la variación del inglés de Estados Unidos. William Labov, destacaba en su teoría que la variación lingüística puede ocurrir por diferentes factores sociales o extralingüísticos, tales como, edad, sexo, local de nacimiento, entre otros.

El modelo de análisis propuesto por Labov iba en contra a la ausencia de componentes sociales en el modelo generativo de Chomsky. Según Tarallo (2005), fue Labov quien insistió en mantener la relación entre lengua y sociedad y en la posibilidad, virtual y real, de la variación existente y propia de la lengua hablada. Labov (1972) diverge de los teóricos Saussure y Chomsky que afirman la homogeneidad de la lengua y proponen un estudio de la estructura y de la evolución de la lengua en el contexto social de la comunidad.

Al realizar la verificación del funcionamiento de una lengua, se puede percibir que, en los diferentes contextos, ella se presenta de forma heterogénea, es decir, presenta variaciones. Esas variaciones fueron subdivididas en las siguientes categorías: Las variedades *diatópicas*, *diastráticas* y *diafásicas*.

Según Coelho et al (2010), la variación *diatópica*, también conocida como variación regional o geográfica, es donde podemos identificar, a veces con precisión, el origen de una persona a través de su forma de hablar; en la variación *diastrática*, también conocida como la variación social, los principales factores que la condicionan están relacionados con el nivel de instrucción educacional, nivel socioeconómico, de género, edad e incluso la profesión de los hablantes; Por último la variación *diafásica* consiste en las diferencias en el uso del lenguaje realizadas por el hablante en sus diferentes “papeles sociales” que son desempeñadas en las interacciones en diferentes “dominios sociales”: en la escuela, en la iglesia, en el trabajo, en su casa, con sus amigos, entre otros.

Esos tres tipos de variaciones están relacionados entre sí. Cuando hablamos utilizamos más de un nivel de variedad. Moreno Fernández (2010), afirma que un joven mexicano que habla con amigos de la misma nacionalidad utiliza su variedad *diatópica* (la mexicana), la *diastrática* (el habla joven) y la variedad *diafásica* (la informal). No obstante, cuanto mejor sea el dominio del idioma y el nivel social del hablante, la diversidad *diatópica* tiende a ser menor.

En esta investigación, presentamos un análisis del uso del voseo que es uno de los aspectos del español de América que se encuentra en el campo morfológico y léxico característico de la región del Río de la Plata. Resumidamente, el voseo es el uso del pronombre *vos* en lugar de *tú*, que es la forma de tratamiento

que hace referencia al destinatario del mensaje, que veremos con más detalles en el siguiente tópico.

### 3 EL ORIGEN DEL VOSEO

Lapesa (1986) afirma que la historia del voseo tuvo su inicio en España, en el siglo IV, donde el *vos* era utilizado en tratamientos de respeto, incluso para referirse al imperador. Con el paso del tiempo, el *vos* pasó a ser utilizado para dirigirse a todos los tipos de autoridad como, por ejemplo, políticos, militares y religiosos. Fue en este momento que surgió la división del sistema: el *tú* pasó a ser utilizado para tratar a un interlocutor de menor o igual grado de autoridad, mientras el *vos* estaba reservado para contactos con interlocutores de mayor autoridad.

Según Castedo (2014), en el final de siglo XV, los dos pronombres mencionados aún competían entre sí como pronombres formales y de familiaridad, sin embargo, solían utilizar el *vos* para referirse a sujetos plurales. De este modo, el *vos* empieza a desaparecer del español peninsular y se mantiene en varias regiones de América hispánica. La mayoría de las grandes ciudades que tienen el español como lengua materna decidieron por utilizar el *tú* para tratamientos familiares. Pero, en los siglos XVI y XVII, en las regiones de Maracaibo, Buenos Aires y Montevideo, el pronombre *vos* empezó a ser utilizado entre los indígenas y los esclavos. Actualmente, el *vos* es utilizado en todas las esferas sociales con el mismo nivel de prestigio.

Luego, lingüísticamente, América se dividió en tres, de acuerdo con la utilización de sus pronombres de tratamiento: América tuteante, con el uso de *tú* para segunda persona del singular de confianza y *usted* para la segunda persona de respeto; América voseante, en la que la forma de confianza *vos* coexiste con la forma de respeto de *usted*; y, América tuteante-vose

Comprender el origen de este fenómeno lingüístico y su proceso de expansión, nos ayuda a percibir que el voseo no sigue los patrones habituales y sufre con las distinciones cuanto a su prestigio, que varía de acuerdo con las diversas regiones que la utilizan.

#### 3.1 Definición y formación del voseo

De acuerdo con Calderón Campos (2010), el voseo es el uso del pronombre sujeto *vos* o de las formas verbales de segunda persona (*amás, amái(s), tenés, tenís, etc*) para dirigirse a solamente un interlocutor, con que se mantiene una relación de solidaridad, confianza o intimidad.

Nazarko (2009) afirma que el voseo *reverencial* consiste en el uso de la forma pronominal *vos* para dirigirse con reverencia a la segunda persona del singular o del plural. Actualmente, el uso de esta forma es raro, ocurre solamente en determinados eventos solemnes para personas de un grado o título bastante elevado. También se utiliza en textos literarios para demostrar un lenguaje de épocas pasadas. Al revés del voseo *reverencial*, el voseo *dialectal americano* es una forma de tratamiento informal de uso familiar. Ese tipo de voseo se utiliza para dirigirse a un solo interlocutor y se puede ocurrir como forma pronominal, verbal o pronominal-verbal.

El voseo *pronominal* es el uso del *vos* como pronombre de segunda persona, en el cual se sustituye el *tú* y el *ti*. El *vos* también puede ser empleado

como vocativo, como preposición o término de comparación, con verbos (ej. acostarse), con los complementos sin preposición y con los pronombres posesivos son empleadas las formas del *tuteo*, es decir, te y tuyo. Ya el *voseo verbal* está relacionado al uso de las desinencias verbales propias de la segunda persona del plural, aproximándose de las dos formas conjugadas de la segunda persona del singular (ej. *Tú vivís, vos bebés o bebís*) (NAZARKO, 2009, p.13).

En gran parte de las regiones de América, el fenómeno que prevalece es el de la preferencia por el *vos* en las funciones de sujeto y de pronombre preposicional, pero con el uso del pronombre oblicuo *te* y de los posesivos *tu, tuyo*, relacionados a la persona del *tú*.

De acuerdo con Castedo (2014), el *voseo* más representativo es aquel que deriva de la conjunción de las personas del plural monoptongadas, es decir, las terminaciones *-áis, -éis*, correspondientes a las terminaciones de las segundas personas del plural de los verbos de primera y segunda conjugaciones del presente de indicativo, respectivamente, perdiendo la “i” y resultando en las formas: *tomás, tenés* y *sos*. Con relación a los verbos de tercera conjugación, la “i” permanece en la terminación de *vos*, semejante a la conjugación de *vos* y del *vosotros*. En el imperativo, existe una pérdida de la *-d* final en la segunda persona del plural y la adición de un acento gráfico, la tilde, ocasionando las formas *cantá, tené, vení*.

Castedo (2014) afirma que existen otras formas de *voseo* y que están constituidas por el pronombre de tratamiento *vos* siguiendo por el verbo conjugado en la segunda persona, tanto en singular como en plural, sin haber ningún cambio, sea en Presente de indicativo o subjuntivo, del mismo modo que en los otros tiempos verbales, como podemos observar en los siguientes ejemplos: *vos cantáis, vos ponéis, vos cantas, vos pones; vos tengáis, vos tengas, vos sobras, vos das, vos estás, vos eras, vos tenías, vos tomabas, vos pudieras*, entre otros. Además, se puede observar en Chile, que la “s” final desaparece en la segunda persona del plural, *vosotros*, como podemos percibir en los ejemplos, *vos cantai, vos sabeí y vos bebeí*. Es importante resaltar que estas últimas no son formas de prestigio.

En el próximo apartado veremos las principales características del *voseo* rioplatense.

#### 4 EL VOSEO DE LA VARIEDAD RIOPLATENSE DEL ESPAÑOL

Se puede identificar el español de la zona del Río de la Plata como un habla que tiene características propias con relación a otras variedades de la lengua española. Según Fontanella de Weiberg (2000):

El habla bonaerense constituye una variedad del español con una fuerte personalidad, que permite distinguirla con facilidad de los usos de las otras grandes capitales hispánicas. Dos son los rasgos más característicos, cuya combinación la hace única en el mundo hispánico: la existencia de yeísmo rehilado y ensordecido en palabras como yema, llena, lluvia, etc. Y la presencia de un *voseo* de determinadas características, extendido a todos los grupos sociales y a todos los estilos, desde los más informales a los más formales. A estos dos rasgos se agregan algunas peculiaridades léxicas que bien la distinguen de gran parte del mundo de habla hispana (FONTANELLA DE WEIBERG, 2000, p.37)

Los rasgos mencionados, no obstante, son rasgos exclusivos del español

rioplatense. De acuerdo con Gassó (2009), no se puede establecer de manera clara los rasgos característicos del español rioplatense, pues las variedades no tienen rasgos exclusivos, sino las variedades existen en diferentes regiones. Tales rasgos, deben llevar en consideración las variaciones sociales y de estilo.

Según Carricaburo (1994), el español se caracteriza, por la presencia de dos formas de tratamiento para la segunda persona del singular, donde una se utiliza en ámbito familiar, *tú*, y la otra en diálogos más formales, *usted*. Sin embargo, en la zona rioplatense, la forma *tú* se sustituye por la forma *vos*, de modo a convertirla en la segunda persona del singular.

Según Gassó (2009), para una mejor descripción del voseo rioplatense, es necesario hacer referencia a los otros sistemas pronominales de la lengua española, de modo que se pueda comprender el voseo y sus particularidades con relación a las otras variedades que ya fueron mencionadas a lo largo de esta investigación.

El voseo fue considerado durante el siglo XX, como tratamiento vulgar en toda América, y sufrió con los varios embates de los normativos que defendían la normalización en favor del *tuteo* y la eliminación del voseo. La normalización resultó en parte exitosa en países como Chile y Perú, entretanto, no tuvo repercusión definitiva en el Río de la Plata.

Estrada y Ramírez (2001) afirman que, actualmente, el voseo en la zona del Río de la Plata corresponde a la norma culta y su empleo incluso en la relación de tratamiento de *usted*.

Según Negroni y Gelbes (2004), es cierto que el uso del voseo es general en la zona del Río de la Plata, pero los teóricos resaltan que el *tuteo* sigue siendo utilizado. La forma pronominal *vos* tiene la función de sujeto, vocativo y término de preposición y de comparación, para funciones, tales como, de acusativo, dativo y posesivo, con las formas de *tú*: *te*, *tu* y *tuyo*. En esta zona, se adopta las formas monoptongadas agudas en presente de indicativo (*cantás*, *comés*, *mentís*) y las formas agudas con pérdida de la /d/ en imperativo (*cantá*, *comé*, *mentí*), sin embargo, alterna con las formas tuteantes graves en el presente de subjuntivo y en imperativo negado (*cantes*, *comas* / *cantés*, *comás*).

De acuerdo con Negroni y Gelbes (2004), con relación a la lengua escrita, el voseo tiene sido un fenómeno cada vez más frecuente, pero, por formar parte de un lenguaje más conservador, el *tuteo* sigue presente en los textos para un tratamiento más formal.

Nuestra investigación propone realizar un análisis del uso del voseo a partir de anuncios publicitarios de los tres países de la zona rioplatense, que van a ser presentadas en el próximo apartado, además de elaborar una propuesta didáctica para el abordaje del tema en las clases de español.

## **5 ANÁLISIS DEL USO DEL VOSEO EN LAS PUBLICIDADES DE LOS PAÍSES DE LA ZONA DEL RÍO DE LA PLATA**

Esta investigación objetiva realizar un análisis cualitativo y descriptivo del uso del fenómeno lingüístico voseo en los países que forman parte de la zona del Río de la Plata por medio de textos escritos, específicamente el género *anuncio publicitario*, de modo a verificar los debidos desdoblamientos de cuño teórico en lo que dice respecto a las funciones gramaticales de uso del pronombre *vos* en esta zona, además de elaborar una propuesta didáctica que pueda contribuir para la

enseñanza de este fenómeno en las clases de español como lengua extranjera.

Nuestro *corpus* es compuesto por 3 *anuncios publicitarios* colectados de los países: Argentina, Uruguay y Paraguay. Además, haremos una rápida explicación acerca de las funciones lingüísticas empleadas en las publicidades por los teóricos, de modo a explicar el uso del lenguaje formal o informal y los tiempos verbales utilizados para llamar la atención del público.

Elegimos trabajar con anuncios publicitarios por ser un género textual que utiliza muchas formas verbales del imperativo o el presente de indicativo, en que se registran más usualmente *voseo* en esta zona. Primeramente, empezaremos con el anuncio publicitario de Argentina y luego abordaremos las publicidades respectivamente de Uruguay y Paraguay.

## 5.1 Publicidad de Argentina

En la Figura 1, analizamos un caso de *voseo* argentino:

Figura 1: Anuncio publicitario del Consejo Publicitario Argentino.



Fonte 1: Retirado da Internet<sup>1</sup>

De acuerdo con Oliveira et al. (2011), el lenguaje de la publicidad puede desempeñar distintas funciones, tales como: (i) *Expresiva*, que tiene el enfoque en el papel del emisor, en sus sentimientos, deseos y actitudes; (ii) *Directiva*, que tiene el objetivo de influenciar las acciones, creencias, entre otros, con el objetivo de seducir y de convencer a optar por determinados productos, servicios y marcas; (iii) *Lingüística*, que se relaciona con el código del mensaje, con el objetivo de aproximarse del público que se identificada con el producto/ marca presentes en el anuncio; (iv) *Apelativa*, que se relaciona con el proceso de apelar a la compra, a través de un orden disfrazado con la utilización del imperativo; y (v) *Poética*, que hace con que frases/marcas/ músicas tenga el poder atraer el público, a partir de la utilización de figuras de estilo como la aliteración, entre otros.

El anuncio publicitario de argentina que fue elaborada por el *Consejo Publicitario Argentino*, la función presente es la *Lingüística*, que se utiliza de determinados tipos lingüísticos para aproximar el público al producto o marca presentes en el anuncio. Para ello, el autor utilizó de un lenguaje más informal que da la idea de proximidad al lector.

En este anuncio publicitario son establecidas las relaciones del paradigma *pronominal voseante* y el *paradigma verbal*, la más recurrente en el español de

1 Disponible en: <<http://twixar.me/Mp8n>>. Acceso:12.may.2019



*navegáis*, y se construye con la supresión de la vocal “i” en el diptongo.

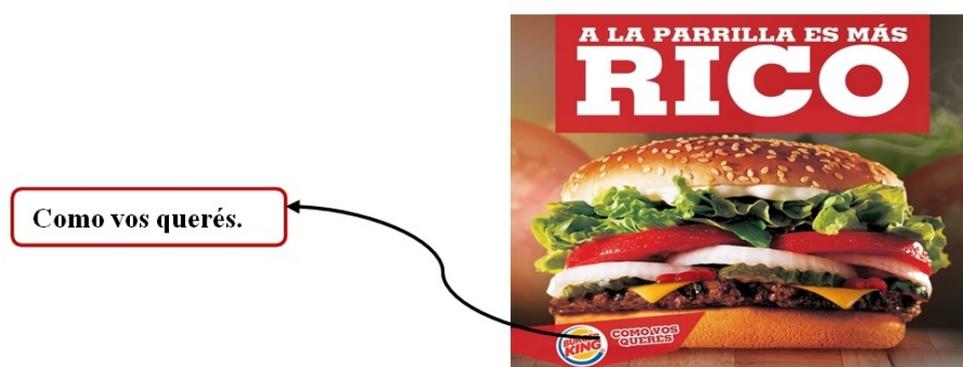
En la frase *Vení a nuestros centros de atención (...)* del anuncio publicitario, el verbo *vení* está conjugado de acuerdo con los principios del *voseo verbal* en el imperativo. Según Negroni y Gelbes (2004), tal forma aguda fue creada a partir de la segunda persona del plural, con la pérdida de la *-d* final: *vení* (*venid*).

Tras abordar el análisis de los anuncios publicitarios de Argentina y Uruguay, pasaremos al análisis del anuncio publicitario de Paraguay.

### 5.3 Publicidad de Paraguay

En la Figura 3, analizamos un caso de voseo paraguayo:

Figura 2 - Publicidad de la empresa Burger King.



Fonte 3: Retirado da Internet<sup>3</sup>

El anuncio publicitario en destaque es de la empresa *Burger King* que trabaja con productos del sector alimenticio. El lenguaje publicitario adoptado por ese anuncio tiene la función *Directiva*, en que el objetivo principal es convencer y seducir el receptor por optar por un determinado servicio o producto.

En el texto *Como vos querés* observamos las mismas características del anuncio publicitario de Argentina, en que ocurre la relación entre el *paradigma voseante* y el *paradigma verbal*, característico de la zona rioplatense. La estructura en destaque *vos querés* viene de la segunda persona del plural *vosotros queréis*, con la supresión de la vocal “i” en el diptongo.

En el análisis de los anuncios publicitarios, podemos observar diversas características del uso del *voseo*, además de las funciones del lenguaje desempeñadas por este género con el carácter persuasivo que están compuestas por características gramaticales, sintácticas y de usos de figuras retóricas. Llevando en consideración estos aspectos, y considerando que los anuncios publicitarios están presentes en nuestra vida cotidiana, consideramos relevante trabajar la enseñanza del *voseo* a partir de los textos publicitarios, con el objetivo de posibilitar al estudiante el desarrollo de la interpretación de textos de diferentes países y contextos ideológicos, de modo a trabajar aspectos sociales y gramaticales de la lengua.

En el siguiente tópico, presentamos una propuesta didáctica, la cual

3 Disponible en: <<https://rochicasal.carbonmade.com/projects/6682286/>>. Acceso en: 12 mayo 2019.

puede ser adaptada por los profesores, de acuerdo con el nivel del grupo de estudiantes, objetivos y carga horaria de la clase, con la utilización de los anuncios publicitarios analizados en esta investigación.

## 6 PROPUESTA DIDÁCTICA: VOSEO RIOPLATENSE

Elaboramos una actividad que busca trabajar el contenido gramatical a partir de la producción de textos publicitarios. Para ello, los alumnos van inicialmente reconocer las características del género *anuncio publicitario*, luego van a conocer las características gramaticales y de uso del *voseo*. Al final de la clase van a elaborar un anuncio publicitario con elementos de su propia cultura, retomando todo lo estudiado. Eso permite que el estudiante pueda apropiarse del género abordando aspectos de su vida cotidiana, y también ampliar sus posibilidades de interacciones sociales con hablantes de países de lengua española, como veremos en la descripción.

### PROPUESTA DIDÁCTICA

<b>El voseo rioplatense</b>
<p><b>Contenido</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Voseo / Género Anuncio Publicitario</li> </ul> <p><b>Objetivos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Reconocer el género <i>anuncio publicitario</i>;</li> <li>• Conocer el fenómeno lingüístico <i>voseo</i>;</li> <li>• Conjuguar los verbos en presente de indicativo e imperativo con el pronombre <i>vos</i>;</li> <li>• Ser capaz de elaborar un anuncio publicitario con la utilización del pronombre <i>vos</i> en los tiempos verbales: presente de indicativo e imperativo.</li> </ul>
<p><b>Nivel</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 2° año de la secundaria</li> </ul> <p><b>Tiempo de la clase</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 50 minutos</li> </ul>
<b>Desarrollo</b>
<b>1ª etapa – Género Anuncio Publicitario</b>
<p>En esta etapa inicial, el profesor debe:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Presentar a los alumnos las características del género <i>anuncio publicitario</i>;</li> <li>- Distribuir hojas con los anuncios publicitarios de los tres países de la zona rioplatense. Luego, debe pedir que hagan la lectura de los textos publicitarios y sacar las dudas de vocabulario.</li> </ul> <p><b>Explicación:</b> En esta primera parte de la actividad, el profesor verifica los conocimientos previos de los alumnos acerca del género anuncio publicitario, su lenguaje y sus objetivos. Al entregar los anuncios publicitarios al grupo, el profesor va a decir a los alumnos que tales anuncios son de Argentina, Paraguay y Uruguay, y explicar que esta zona posee características lingüísticas muy particulares. Luego los alumnos van a hacer la lectura de los textos y van a sacar las dudas con relación al vocabulario.</p>
<b>Organización del grupo: individual</b>
<b>2ª etapa – El voseo</b>

- Poner en la pizarra el pronombre *vos* y las formas verbales conjugadas en la segunda persona. Luego, explicar el fenómeno *voseo* y sus características, con enfoque en los aspectos específicos de los países que forman parte de la zona rioplatense.
- Explicar para los alumnos la formación de la conjugación de los verbos en presente de indicativo y en imperativo en la segunda persona con el pronombre *vos*.

**Explicación:** En esta segunda parte, el profesor va a escribir en la pizarra las siguientes frases presentes en las publicidades:

1. “*Vos jugás ellos ganan*”
2. “*Con Claro Llevar internet con vos es simple*”
3. “*Es Plug & Play: Lo conectás y navegás*”
4. “*Vení a nuestros centros de atención (...)*”
5. “*Como vos querés*”

A partir de estas frases, el profesor hará la explicación del fenómeno *voseo*, su origen, formación, países que lo emplean en su lenguaje, contextos de uso. Poner en la pizarra la conjugación de verbos con el pronombre *vos*, haciendo la comparación con *tú* y *vosotros*, además las características del *voseo*, específicamente de la zona rioplatense.

### 3ª etapa – Actividad

- Como actividad, los alumnos tendrán que elaborar anuncios publicitarios con productos o servicios característicos de sus regiones, utilizando en sus textos el pronombre *vos* y las formas verbales en presente de indicativo e imperativo. Hacer una presentación para todo el grupo. Para la construcción de los anuncios publicitarios, el profesor llevará para la clase recursos, tales como: revistas, pegamentos y tijera.

**Explicación:** De modo a concluir la clase, los alumnos de manera individual o en parejas, tendrán que elaborar anuncios publicitarios para divulgar productos o servicios característicos de la región que viven, para nativos de los países de la zona rioplatense, utilizando el pronombre *vos* y las formas verbales conjugadas en presente de indicativo y en imperativo. Para la realización de esta actividad, el profesor llevará para los alumnos recursos tales como: revistas, pegamentos y tijera. Al finalizar, los alumnos van a presentar al grupo sus anuncios publicitarios.

**Organización del grupo:** individual o en parejas.

### Adaptación

Para esta actividad el profesor podrá adaptar para trabajar con alumnos del 1° año de la secundaria, utilizando solamente los anuncios publicitarios en presente de indicativo, por ser uno de los contenidos trabajados en este nivel.

Esta propuesta didáctica la planeamos para que sirva de apoyo a los profesores de E/LE en el tratamiento de las variedades del *voseo* en la región rioplatense del español.

## 7 CONSIDERACIONES FINALES

En esta investigación, presentamos un estudio de la variación del

fenómeno *voseo*, resaltando los cambios históricos sufridos por este fenómeno desde su origen, a partir de un análisis de las funciones gramaticales de uso del pronombre *vos* en los anuncios publicitarios de los tres países que forman parte de la zona del Río de la Plata: Argentina, Uruguay y Paraguay.

Emplear el género *anuncio publicitario* en las clases de español, nos da la posibilidad de superar los enfoques prescriptivos, es decir, los formales, en la enseñanza de español como lengua extranjera, además de trabajar con la producción textual y el enfoque comunicativo, con la finalidad de establecer la comunicación en la lengua estudiada.

Con todo, resaltamos la relevancia del profesor llevar para las clases de español como lengua extranjera, actividades elaboradas para trabajar los fenómenos de la variación lingüística con producciones con el uso de textos auténticos géneros textuales que estén cerca de la realidad de los aprendices, de modo, que puedan estimular a los estudiantes, y traer conocimiento de los fenómenos y rasgos lingüísticos utilizados habitualmente por hablantes nativos en su lenguaje cotidiana.

## REFERENCIAS

CALDERÓN CAMPOS, M. Formas de tratamiento. IN: ALEZA IZQUIERDO, M.; ENGUITA UTRILLA, J. M. (coord.), **La lengua española en américa: normas y usos actuales**. Universidad de Valencia, Valencia: 2010. P. 225-236.

CARRICABURO, NORMA (1994), **El voseo en la literatura argentina**, Tesis de Doctorado, Buenos Aires: UBA.

CASTEDO, T. M. Um estudo da Sociolinguística sobre o pronome *vos* em Santa Cruz de La Sierra. **XVII Congreso Internacional de la Asociación de Lingüística y Filología de América Latina - ALFAL**, 2014. Disponible en: <<http://twixar.me/X88n>>. Fecha de acceso: 30 abr. 2019.

COAN, M.; PONTES, V. Variedades lingüísticas e ensino de espanhol no Brasil. **Revista Trama**, v. 9, n. 18, 2013, p.179-181. Disponible en:<<http://twixar.me/688n>>. Fecha de acceso: 28 abr. 2019.

COELHO, I. L. et al. **Sociolinguística**. Florianópolis: LLV/CCE/UFSC, 2010.

ESTRADA, ANDREA / RAMÍREZ GELBES, SILVIA (2001), "Reemplazo de *vos* / *usted* por vocativo / *vos* en Buenos Aires: una hipótesis", en Vega, A. (ed.), **De lenguas y lenguajes**, La Coruña: Texosoutos, pp. 105-113.

FONTANELLA DE WEINBERG, MARÍA BEATRIZ (2000) **El español de la Argentina y sus variedades regionales**. Buenos Aires: Edicial.

GARCÍA DE LA CONCHA, Víctor. **El español: una lengua viva**. Madrid: Instituto Cervantes, 2013.

GASSÓ, M. J. El voseo rioplatense en la clase de español. **V Encuentro Brasileño de Profesores de Español**, n. 9, 2009, p 1-26. Disponible en: <http://twixar.me/vB8n>. Fecha de acceso: 30 abr. 2019.

LABOV, W. **Padrões Sociolinguísticos**. Trad.: Marcos Bagno; Marta Scherre e

Caroline Cardoso. São Paulo: Parábola, 2008.

LAPESA, R. **Historia de la lengua española**. Madrid: Gredos, 1986.

MAIA, T. A. Variación lingüística y Enseñanza de E/LE. In: BARROS, C.; GOETTENAUER, E. **Variación Lingüística y Enseñanza de E/LE**, 2007, p. 9-15. Disponible en: <<http://twixar.me/7B8n>>. Fecha de acceso: 28 abr. 2019.

MORENO FERNÁNDEZ, Francisco (2010): **Las variedades de la lengua española y su enseñanza**. Madrid: Arco/Libros.

NAZARKO, V.G.O. **A abordagem do voseo em livros didáticos de espanhol como língua estrangeira**. 2009. 39 f. Monografia (Graduação em Letras Português-Espanhol) – Faculdade de Ciências Humanas, Letras e Artes, Universidade Tuiuti do Paraná, Curitiba, 2009. Disponible en: <<http://twixar.me/HB8n>>. Fecha de acceso: 30 abr. 2019.

NEGRONE, M. M. G.; GELBES, S. R. Acerca del voseo en los manuales escolares Argentinos. In: HUMMEL, M. et al. (eds.). **Formas y fórmulas de tratamiento en el mundo hispano**, 2004, p. 1-21. Disponible en: <<http://twixar.me/KR8n>>. Fecha de acceso: 30 abr. 2019.

OLIVEIRA, R. et al. **A linguagem publicitária**. Algarve: Editora Faro, 2011.

RICHARD, E. Las variedades del español en la enseñanza como lengua segunda/extrajera. **Revista Scriptum**, n.1, 2016, p.131-143. Disponible en:<<http://twixar.me/vR8n>>. Fecha de acceso: 28 abr. 2019.

SANCHES, R. D.; SILVA, M. S. C. Variação semântico-lexical no Amapá. **Revista Linguística**, v. 10, n. 1, 2014, p. 299-315. Disponible en: <<http://twixar.me/9R8n>>. Fecha de acceso: 28 abr. 2019.

TARALLO, F. **A pesquisa sociolinguística**. São Paulo: Ática, 2005. ante, que el uso del *vos* ocurre en el ámbito familiar, o *tú* para un nivel de confianza intermediaria y el *usted* para tratamiento de respeto (NAZARKO, 2009, p. 11).