

Miguel Á. Aijón Oliva*

La elección de segunda persona y la construcción de identidades contextuales en el discurso radiofónico de una comunidad peninsular

Second-person Choice and the Construction of Contextual Identities in Radio Discourse from a Spanish Peninsular Community

<https://doi.org/10.1515/soprag-2019-0007>

Resumen: En este trabajo se analizan las pautas de elección entre los cuatro paradigmas gramaticales de segunda persona del español peninsular (los *prototípicos*, representados por los pronombres *tú* y *vosotros*, y los *desplazados*, por *usted* y *ustedes*), cuando se usan para indexar a interlocutores específicos, en un corpus de discurso radiofónico de la ciudad española de Salamanca. Se plantea la hipótesis de que los fundamentos cognitivos de las personas gramaticales se proyectan en su potencial sociopragmático como recursos para la configuración de identidades contextuales. Tras clasificar a los participantes del corpus en cuatro tipos de identidad socioprofesional recurrentes en la comunicación radiofónica (locutores, personajes públicos, políticos y hablantes particulares), se calculan las frecuencias con que cada tipo dirige y recibe cada tratamiento de segunda persona. El análisis cuantitativo constituye un punto de partida para la observación cualitativa de los contextos de uso. Tras este se concluye que la elección entre las cuatro formas de segunda persona combina los parámetros sociopragmáticos de *cercanía-distancia* (que afecta a la elección entre formas prototípicas y desplazadas) e *individualidad-grupalidad* (que afecta a la elección entre formas singulares y plurales). Tales parámetros remiten, a su vez, al *continuum* discursivo-cognitivo entre la subjetividad y la objetividad.

Palabras Clave: persona gramatical, déixis, formas de tratamiento, identidad, discurso de los medios

Abstract: This paper analyzes the patterns of choice among the four second-person paradigms of Peninsular Spanish – the prototypical ones, represented by

*Corresponding author: Miguel Á. Aijón Oliva, Departamento de Lengua Española, Facultad de Filología, Universidad de Salamanca, Plaza de Anaya 1, 37008, Salamanca, Spain, E-mail: maaijon@usal.es

the pronouns *tú* and *vosotros*, as well as the displaced ones, represented by *usted* and *ustedes* – when they are used to index specific addressees, in a corpus of radio discourse from the Spanish town of Salamanca. The hypothesis is put forward that the cognitive foundations of grammatical persons are projected onto their sociopragmatic potential as resources for the configuration of contextual identities. After classifying the participants in the corpus into four recurrent types of socioprofessional identity within radio communication – broadcasters, public figures, politicians and anonymous speakers – the frequencies with which they respectively address and receive each second-person treatment are calculated. Quantitative analysis offers a starting point for the qualitative observation of usage contexts. It is eventually concluded that choice among the four second-person paradigms combines the sociopragmatic parameters of *closeness-distance* –concerning the choice between prototypical and displaced forms – and *individuality-groupness* – concerning the choice between singular and plural forms. Such parameters are in turn connected with the discursive-cognitive continuum between subjectivity and objectivity.

Keywords: grammatical person, deixis, address forms, identity, media discourse

1 Las segundas personas del español. Forma gramatical y referencia discursiva¹

El español estándar peninsular cuenta con cuatro paradigmas gramaticales caracterizados habitualmente como de segunda persona, dado que su función primordial es la de indexar al interlocutor o a la audiencia en el discurso. De ellos, son propiamente segundas personas los representados por los pronombres *tú* y *vosotros* (que aquí se denominarán *segundas personas prototípicas*), mientras que los asociados a *usted* y *ustedes* están constituidos, en realidad, por formas de tercera persona que se usan contextualmente con el mismo valor de indexación de interlocutores. Estos últimos se han descrito tradicionalmente como variantes formales o respetuosas de las segundas personas prototípicas

¹ Este trabajo forma parte del proyecto “Variación gramatical y creación del significado en español: los objetos centrales y las construcciones desubjetivadoras”, financiado por el Ministerio de Economía y Competitividad de España (referencia FFI2016-74825-P). También ha recibido financiación del Cabildo Insular de Tenerife, España (Programa *María Rosa Alonso* de Ayudas a la Investigación en Humanidades). Las entidades financiadoras no han tenido implicación alguna en el proceso de diseño y elaboración del trabajo.

(RAE, 2009, § 16.15r–v); no obstante, desde el punto de vista cognitivo suponen un modo totalmente diferente de construir a los destinatarios del discurso, alejándolos de la esfera de los participantes directos y asimilándolos en cierto modo a la de las entidades externas a ellos (Serrano, 2012, 2017).

En el presente estudio nos referiremos a estas últimas como *segundas personas desplazadas*. Tal caracterización es coherente con un enfoque cognitivo-funcional de la forma lingüística, por el cual esta se considera asociada a significados inherentes que se proyectan en los diversos planos semióticos de la comunicación (Fernández, 2008, p. 223; Aijón Oliva y Serrano, 2013, pp. 26–30; Kuznetsova, 2015, pp. 4–5). Así, el uso de terceras personas para indexar a los interlocutores en el discurso debe tener alguna repercusión en la percepción de dichos interlocutores. La noción de *desplazamiento* debe entenderse simultáneamente como discursiva (se utiliza un paradigma gramatical asociado prototípicamente a los entes externos a la interacción, no a los participantes directos), sociopragmática (generalmente se ha interpretado como recurso que indica *formalidad*, *respeto* o *distancia*, valores que no obstante pueden entenderse de formas muy diferentes según el contexto situacional y cultural) y cognitiva (altera el punto de vista del discurso, conceptualizando a los destinatarios como alejados del ámbito nocional del hablante). Se trata, pues, de elecciones formales que repercuten en los diversos niveles del significado (véase también Aijón Oliva, 2019, pp. 243–247).

El cuadro 1 presenta los principales elementos gramaticales que comprende cada uno de los cuatro paradigmas en el español estándar peninsular, incluyendo los pronombres de sujeto y de objeto, las desinencias verbales que marcan la concordancia del sujeto, así como los clíticos, que en la actualidad pueden considerarse morfemas de concordancia objetiva (Enrique-Arias, 1997; García, 2009, pp. 79–81; Belloro, 2015).

Cuadro 1: Paradigmas de segunda persona en el español peninsular.

	<i>Prototípica singular</i>	<i>Prototípica plural</i>	<i>Desplazada singular</i>	<i>Desplazada plural</i>
<i>Pronombres de sujeto</i>	tú	vosotros, -as	usted	ustedes
<i>Pronombres de objeto</i>	(a) ti	(a) vosotros, -as	(a) usted	(a) ustedes
<i>Terminaciones verbales</i>	-s, -ste	-is, -d	-a, -á, -e, -o, -ó	-n, -ron
<i>Clíticos verbales</i>	te	os	le, la, lo	les, las, los

Como se sabe, en los estudios sobre las formas gramaticales utilizadas para indexar a los interlocutores en el discurso ha resultado muy influyente el trabajo clásico de Brown y Gilman (1960), quienes, teniendo en cuenta varias lenguas, propusieron las dimensiones semánticas de *poder* y *solidaridad* para explicar las pautas de elección de tratamiento. No obstante, es difícil sostener la universalidad de estas u otras posibles dimensiones, dada la gran variedad de factores psicosociales que pueden resultar relevantes en cada lengua y comunidad de habla. En español, el uso de *tú* y *usted*, y menos frecuentemente el de sus correspondientes plurales (dado que *vosotros* se halla hoy prácticamente restringido al español peninsular) ha sido una cuestión recurrente en la investigación dialectal, sociolingüística y pragmática (véanse las revisiones de Blas Arroyo, 2005, cap. 9; Hummel, Kluge y Vázquez Laslop, 2010), como muestra la ingente bibliografía disponible (Fernández y Gerhalter, 2017). Ello se debe, sobre todo, a que constituye un ejemplo privilegiado de gramaticalización de valores y procesos que forman parte de la vida en sociedad. Por otra parte, sus pautas de uso muestran gran variabilidad a través del dominio hispanohablante, hasta el punto de que en algunas comunidades parecen haberse invertido los valores supuestamente generales: *usted* es el tratamiento habitual en contextos familiares y de escasa formalidad, mientras que *tú* se reserva a las interacciones con desconocidos o personas ajenas a la comunidad (Álvarez Muro y New, 2003; Moser, 2008; RAE, 2009, § 16.15t). Hay que tener en cuenta, además, que ni siquiera los propios pronombres y elementos morfológicos recogidos en el cuadro 1 son de uso general; en amplias zonas se utiliza *vos* en lugar de *tú*, junto a desinencias verbales específicas, e incluso existen sistemas tripartitos de *tú*, *vos* y *usted* (Lipski, 1994, pp. 245–250; Bertolotti, 2015).

La mayoría de los estudios empíricos se han basado en entrevistas y cuestionarios de creencias y actitudes, más que en corpus de discurso natural. Esto puede explicarse por la (a priori) escasa flexibilidad contextual del fenómeno: al contrario de lo que ocurre en los casos prototípicos de variación lingüística (Tagliamonte, 2007, pp. 191–193), no se trata de formas que puedan alternar fácilmente a lo largo de un mismo texto, sino que, una vez que los hablantes optan por cierta forma de tratamiento para su interlocutor o audiencia, lo más esperable es que continúen utilizándola de modo sistemático. De hecho, los cambios de tratamiento en el curso de una interacción concreta suelen requerir un acuerdo explícito entre los participantes (Blas Arroyo, 2005, pp. 313–314). No obstante, estudios como los de Raymond (2016a, 2016b) muestran ejemplos de alternancia entre las formas de segunda persona a lo largo de una misma interacción y con el mismo interlocutor. Lo que parece evidente es que el potencial comunicativo de dichas formas solo puede llegar a comprenderse en profundidad a través de su observación en contextos de uso real, por más que

ello suponga sacrificar en parte la sistematicidad y la abundancia de datos que pueden proporcionar los experimentos diseñados artificialmente. Como señalan algunos estudios de base etnográfica o interaccional, la elección de tratamiento se relaciona estrechamente con el desarrollo de identidades personales y relaciones interpersonales, y puede utilizarse para construir valores como la pertenencia grupal o comunitaria frente a la externalidad (Weyers, 2011; Jang, 2012; Serrano, 2017).

Por otra parte, hasta ahora no se ha prestado tanta atención al hecho de que los hablantes también pueden elegir entre los paradigmas singulares y los plurales a la hora de indexar a interlocutores individuales. El uso del plural puede sugerir la inserción de estos en un grupo contextualmente relevante, o bien, en casos en que la referencia de dicho plural no resulte clara, remitir a estrategias de cortesía interaccional. En el español peninsular, un profesor, al hacer ver a un estudiante que ha cometido un error, puede decir *Esto nunca lo hacéis bien*; es fácil percibir que la desinencia verbal de *vosotros*, junto con otras elecciones como el presente de indicativo o el adverbio *nunca*, ayuda a generalizar el alcance de la crítica, evitando su personalización explícita. Los usos de este tipo resultan pragmáticamente similares a otros, mejor estudiados, de la primera persona del plural, por medio de los cuales el hablante puede difuminar su propia implicación en el contenido; así, los plurales denominados tradicionalmente *de modestia* y *de autor*, señalados tanto en español (Haverkate, 1984, pp. 85–87; Gili Gaya, 2000[1968], § 173) como en otras lenguas (Corbett, 2000, p. 221). Por supuesto, también puede ocurrir lo contrario, esto es, que se emplee un paradigma singular para construir discursivamente a una audiencia plural. Ello es frecuente en el discurso de los medios y de la publicidad, en el que predominan claramente *tú* y, en menor medida, *usted* sobre las formas plurales (Weyers, 2011), lo que revela una estrategia de individualización del consumidor inespecífico.

En la actualidad, el manejo de la referencia discursiva a través de la elección dinámica entre diversas personas gramaticales despierta cada vez mayor interés (De Cock y Kluge, 2016; Posio, 2016, 2017; Aijón Oliva, 2019). El presente estudio analizará este aspecto en interacciones radiofónicas (entrevistas, debates, conversaciones telefónicas, etc.) en las que los tratamientos se dirigen a interlocutores identificables, y no a las audiencias inespecíficas de los programas. Las observaciones realizadas permiten partir de la hipótesis de que los participantes en interacciones radiofónicas tienen la posibilidad de elegir entre la segunda persona prototípica y la desplazada, así como entre sus respectivas variantes singulares y plurales, a la hora de indexar a interlocutores específicos, y teniendo en cuenta diversos aspectos del contexto (entre ellos, las propias elecciones realizadas por sus interlocutores). Se considera que las

formas de tratamiento son recursos dotados de potencial *sociopragmático*, dado que atañen simultáneamente al posicionamiento social de los participantes y al logro de objetivos comunicativos específicos en contextos de interacción (Martiny, 1996, pp. 772–774; Serrano, 2018, pp. 103–104). Cada elección implicará una manera diferente de construir discursiva y cognitivamente a dichos interlocutores, pero también se relacionará con la identidad asumida por el propio hablante y con la interpretación de su discurso. Es importante tener en cuenta que, a menudo, los participantes actúan como representantes de grupos humanos más amplios y externos a la interacción concreta (así, empresas, asociaciones, partidos políticos, equipos deportivos, o los propios medios de comunicación a los que pertenecen los locutores). Esto hace que el propio yo resulte complejo y polifónico en el discurso de la radio (Xiang, 2003), lo que, probablemente, se reflejará en las pautas de elección tanto de la primera como de la segunda persona.

En la sección 2 de este trabajo se exponen las características del corpus analizado y se especifica la metodología empleada. Se formulan y describen cuatro tipos básicos de identidad socioprofesional, a partir de los cuales se clasificará a todos los hablantes del corpus, con vistas al análisis cuantitativo. A este se dedica el apartado 3, donde se examina la distribución de los cuatro paradigmas de segunda persona en cada uno de los grupos de hablantes y teniendo en cuenta la identidad de los interlocutores. A partir de estos datos, las secciones 4 y 5 analizan respectivamente la elección entre los paradigmas de segunda persona prototípica y desplazada, y entre los de número singular y plural, teniendo en cuenta sus motivaciones y repercusiones sociopragmáticas en contextos específicos de uso. Finalmente, en el apartado 6 se extraen las conclusiones del estudio y se indican algunas perspectivas para la investigación futura.

2 Corpus y metodología. Identidades socioprofesionales en el corpus

El análisis se basará en la sección de discurso radiofónico del *Corpus de Lenguaje de los Medios de Comunicación de Salamanca* (MEDIASA).² Dicha sección contiene un total de 151 995 palabras, repartidas en muestras de cinco géneros discursivos. Su tamaño reducido, junto al hecho de que se compiló a través de la observación

² El corpus completo se publicó como anexo en Aijón Oliva (2006) y está disponible *online* en la dirección [gredos.usal.es/jspui/handle/10366/138326].

detallada de los procesos de comunicación de masas en la comunidad peninsular de la que procede, facilita el análisis contextual exhaustivo de las elecciones gramaticales; a la vez, no obstante, permite obtener cantidades de ejemplos suficientes para el análisis estadístico. La combinación de los datos cuantitativos con la observación de las elecciones en su contexto parece ser el camino más adecuado para el estudio de las variantes gramaticales como recursos comunicativos (Aijón Oliva y Serrano, 2013, pp. 48–51). Si bien las pautas estadísticas revelan las tendencias básicas de uso según grupos sociales o situaciones de comunicación, dichas pautas deben interpretarse a la luz de los significados que permite generar cada elección en contextos específicos.

De las situaciones de comunicación radiofónica reflejadas en el corpus, las más útiles para este análisis son, obviamente, las que más facilitan la interacción entre individuos específicos, ya sea cara a cara o por teléfono. Así, la gran mayoría de los ejemplos se han obtenido de los magazines de variedades, los programas musicales y los deportivos; todos ellos incluyen entrevistas, tertulias y debates con cierta frecuencia, así como diálogos entre dos locutores o conversaciones telefónicas con oyentes. En cambio, los géneros menos interactivos (programas informativos y espacios publicitarios) resultan menos relevantes, si bien en el primer caso se pueden encontrar también algunas entrevistas y conversaciones entre locutores.³

Se identificarán y computarán todas las cláusulas en que se indexe a un interlocutor específico con alguno de los elementos gramaticales presentados en el cuadro 1 *supra*. Aunque los morfemas de concordancia de sujeto y objeto (desinencias y clíticos) son, generalmente, inequívocos con respecto al paradigma al que pertenecen, a menudo los hablantes formulan pronombres tónicos correferenciales por motivos de énfasis o contraste, los cuales contribuyen a aumentar la fuerza pragmática de los enunciados (Davidson, 1996; Stewart, 2003). No obstante, solo se contará un ítem por cláusula (no hay ningún caso en que se utilicen formas de paradigmas distintos dentro de la misma oración). Se tienen en cuenta también los casos en que la indexación se lleva a cabo a través de un adjetivo o pronombre posesivo (*tu, tuyo, vuestro*, etc.), aunque lo cierto es que estos suponen un grupo muy reducido, ya que tales elementos casi siempre coaparecen con los de otros tipos. La ambigüedad formal de los posesivos de tercera persona (*su, suyo*, etc.), que podrían remitir tanto a *usted* como a *ustedes*, se resuelve siempre gracias a esa coaparición.

Finalmente, como punto de partida para el análisis, se proponen cuatro tipos básicos de identidad socioprofesional, según los cuales se clasificará a los

³ Hay que señalar que muchos textos publicitarios se construyen como diálogos entre dos o más personajes, pero, dado que se trata de situaciones ficticias y que se basan en guiones redactados previamente, no se han tenido en cuenta para este análisis.

hablantes del corpus. Se trata de categorías de autopresentación recurrentes y reconocibles en el ámbito de la comunicación radiofónica, que se han utilizado previamente en análisis sobre este y otros corpus (así, Aijón Oliva y Serrano, 2013; Serrano, 2017). Se conciben como *identidades contextuales* en el sentido desarrollado por Kerbrat-Orecchioni (2005, p. 157), esto es, como conjuntos de rasgos que permiten a los hablantes desempeñar determinados papeles comunicativos en una situación concreta, y que a la vez suponen conjuntos de derechos y obligaciones dentro de ella. A continuación se presentan sus respectivas denominaciones, junto al número total de palabras que les corresponde en la sección de radio del corpus, y se exponen las principales características que las definen.

- a) *Locutores* (83 907 palabras). Los profesionales de la radio son, comprensiblemente, los hablantes que más a menudo intervienen y los que pueden decidir cuándo y en qué medida participan los demás.⁴ Este grupo desarrolla su labor profesional ante una audiencia presumiblemente amplia, heterogénea y en su mayor parte desconocida, que inevitablemente juzgará el modo en que la lleven a cabo. Por lo mismo, suelen verse obligados a proyectar una imagen de eficiencia, profesionalidad y objetividad que tenderá a reflejarse en sus elecciones expresivas, las cuales, no obstante, pueden encubrir estrategias de manipulación ideológica.
- b) *Personajes públicos* (40 951 palabras). Se trata de un grupo más heterogéneo, que comprende a todos aquellos participantes que no se dedican profesionalmente a la comunicación de masas, pero participan en ella como *invitados* (esto es, de modo ocasional) o *colaboradores* (de modo más regular, en secciones o espacios fijos); como se observará, esta última distinción puede resultar relevante con respecto a la elección de segunda persona en algunos casos. En este grupo figuran intelectuales, artistas, empresarios, deportistas y representantes de asociaciones, junto a cualquier persona que intervenga como experta en un tema de relevancia. Aunque, al igual que los locutores, tienden a proyectar una imagen de eficiencia y profesionalidad, suelen gozar de mayor libertad expresiva que aquellos, en relación con el hecho de que en muchos contextos han de producir discursos de orientación argumentativa (como ocurre en las entrevistas y los debates) y no meramente informativa o positiva.
- c) *Políticos* (18 543 palabras). Se aplica esta caracterización a los hablantes que aparecen contextualmente como representantes de partidos o sindicatos, o

⁴ Por supuesto, su aparente *poder* sobre el resto de los participantes es en parte una ilusión creada por los formatos mediáticos: en la mayoría de los casos, los locutores y periodistas son meramente empleados de otras personas, que son quienes toman las decisiones fundamentales sobre participantes, contenidos, etc.

bien como titulares de cargos institucionales obtenidos por designación política. Si se ha optado por separarlos de los *personajes públicos* en general es por las peculiaridades de su comportamiento comunicativo (con una orientación habitual y comúnmente aceptada a la argumentación y la persuasión), así como por el perfil social que los caracteriza. Los representantes políticos han experimentado un progresivo desprestigio en las últimas décadas, tanto en la comunidad analizada como en el conjunto de España (Rodríguez-Virgili, López Escobar y Tolsá, 2011), debido a la abundancia de escándalos de corrupción y a las sucesivas crisis económicas. Como se verá más adelante, todo ello puede guardar relación con pautas especiales de uso de las segundas personas; en concreto, con una marcada escasez de indexaciones y una preferencia, cuando estas ocurren, por los paradigmas desplazados.

- d) *Hablantes particulares* (8 594 palabras). Este último grupo incluye a hablantes que solo participan en la comunicación radiofónica de modo circunstancial y, en ocasiones, por propia iniciativa: personas que llaman por teléfono a las emisoras, o que son encuestadas por reporteros en la calle. Sus ocupaciones profesionales no son, en principio, relevantes; y, en muchos casos, ni siquiera se llegan a mencionar sus nombres. Este grupo podría considerarse el más heterogéneo desde el punto de vista sociodemográfico, ya que puede incluir a personas de muy distintos grupos de edad y niveles culturales y económicos. No obstante, a todos ellos se les atribuirá un conjunto análogo de derechos y obligaciones dependiendo de la situación concreta en que participen.

3 Distribución cuantitativa de los paradigmas de segunda persona

En el corpus se ha encontrado un total de 594 cláusulas con indexaciones de interlocutores específicos a través de alguno de los paradigmas de segunda persona. En el cuadro 2 se muestran las cantidades de ítems y los porcentajes de cada paradigma con cada una de las identidades socioprofesionales propuestas. Si bien los porcentajes permiten observar más claramente sus respectivas preferencias (teniendo en cuenta, sobre todo, la disparidad en el número total de palabras), se debe tener en cuenta, como ya se apuntó en la sección 1, que la elección de tratamiento no es totalmente comparable a las variables lingüísticas en el sentido más convencional, esto es, a fenómenos cuyas diversas variantes pueden alternar de manera más o menos libre a lo largo de un mismo texto o interacción.

Cuadro 2: Frecuencias de los paradigmas de segunda persona según la identidad socioprofesional del hablante.

<i>Identidad socioprofesional</i>	<i>Prototípica singular (tú)</i>		<i>Prototípica plural (vosotros)</i>		<i>Desplazada singular (usted)</i>		<i>Desplazada plural (ustedes)</i>	
	núm.	%	núm.	%	núm.	%	núm.	%
Locutores	214	52.6	34	8.4	136	33.4	23	5.7
Personajes públicos	49	59.8	17	20.7	12	14.6	4	4.9
Políticos	1	3.8	3	11.5	17	65.4	5	19.2
Hablantes particulares	43	54.4	8	10.1	21	26.6	7	8.9
<i>Total</i>	307	51.7	62	10.4	186	31.3	39	6.6

Del cuadro se deduce, en primer lugar, que los paradigmas singulares son bastante más frecuentes que los plurales (entre *tú* y *usted* suponen un 83 % del total de los casos), lo cual parece lógico si se tiene en cuenta que en la gran mayoría de las interacciones analizadas los hablantes se dirigen, de hecho, a un solo interlocutor. Solo hay situaciones esporádicas en que se habla simultáneamente a dos personas o, como máximo, tres (por ejemplo, un locutor que indexe simultáneamente a todos los participantes en un debate). Pero más interesante es señalar que gran parte de los casos de *vosotros* y *ustedes* se utilizan también para indexar a personas individuales, a las que se tiende a construir como parte de un grupo (véase la sección 5 sobre la elección entre el singular y el plural).

Aparte de esto, también resultan muy dispares las tendencias entre los cuatro grupos de hablantes propuestos. Así, los políticos obtienen un 65.4 % de *usted* y solo un 3.8 % de *tú* (de hecho, solo producen un ejemplo de este último paradigma en todo el corpus). Son también el grupo con la proporción más alta de *ustedes*, a pesar de contar con pocos casos. Los demás participantes prefieren *tú* sobre las demás variantes, aunque en grados diversos. Los personajes públicos obtienen un 59.8 %, que, sumado a su 20.7 % de *vosotros*, da como resultado que este grupo utiliza la segunda persona prototípica en más de un 80 % de los casos; es decir, muestran un comportamiento básicamente opuesto al de los políticos. En cualquier caso, es fácil suponer que la elección de paradigma no dependerá únicamente de la identidad asumida por el hablante, sino también de la que exhiba el interlocutor en cada contexto; por ello, el cuadro 3 desglosa las frecuencias de uso en cada grupo según este último factor.

Cuadro 3: Frecuencias de los paradigmas de segunda persona, desglosadas por interlocutores.

<i>Interloc.</i> <i>Hablante</i>		Locutores		Personajes públicos		Políticos		Hablantes particulares	
		núm.	%	núm.	%	núm.	%	núm.	%
Locutores	<i>tú</i>	98	94.2	63	38.7	4	8.2	49	53.8
	<i>vos.</i>	6	5.8	18	11	2	4.1	8	8.8
	<i>ud.</i>			76	46.6	32	65.3	28	30.8
	<i>uds.</i>			6	3.7	11	22.4	6	6.6
Personajes públicos	<i>tú</i>	39	60.9	8	80			2	66.7
	<i>vos.</i>	15	23.4	2	20				
	<i>ud.</i>	7	10.9			4	80	1	33.3
	<i>uds.</i>	3	4.7			1	20		
Políticos	<i>tú</i>	1	7.1						
	<i>vos.</i>	3	21.4						
	<i>ud.</i>	7	50	3	100	7	77.8		
	<i>uds.</i>	3	21.4			2	22.2		
Hablantes particulares	<i>tú</i>	41	55.4	2	40				
	<i>vos.</i>	8	10.8						
	<i>ud.</i>	18	24.3	3	60				
	<i>uds.</i>	7	9.5						

Por razones obvias, los locutores son el grupo que interactúa más a menudo con todos los demás, y el que muestra las pautas de uso más variadas. Así, mientras que siempre utilizan *tú* o *vosotros* con otros profesionales de la radio, y optan a menudo por estas formas con los hablantes particulares, prefieren hasta cierto punto las desplazadas con los personajes públicos, y mucho más claramente con los políticos. Por otro lado, se observa que hay algunos grupos que no llegan a interactuar en el corpus (o al menos no se dirigen formas de segunda persona), como es el caso de los políticos con los hablantes particulares, o de estos últimos entre sí.

Los datos cuantitativos presentados en esta sección constituirán el punto de partida para el subsiguiente análisis contextual. Los rasgos peculiares de la comunicación radiofónica dan como resultado una amplia variabilidad en la elección de paradigma, sobre todo en lo que respecta al número gramatical, que muestra frecuentes oscilaciones incluso dentro del mismo segmento discursivo. Asimismo, las identidades socioprofesionales asumidas por los hablantes suelen

implicar que se les asignen distintas tareas comunicativas (informar, entrevistar, argumentar, etc.), lo que también influirá en sus preferencias lingüísticas. La visión de la elección de tratamiento a la que se puede llegar por medio de este tipo de análisis es, pues, muy diferente a la que favorecen los enfoques propiamente correlacionales, basados en rasgos sociodemográficos más o menos estáticos del hablante y la audiencia (véase también Serrano, 2017, p. 88). Las secciones 4 y 5 permitirán interpretar más adecuadamente los datos presentados en los cuadros 2 y 3, y desarrollar una visión comprensiva de los significados que pueden generar las distintas personas gramaticales en el ámbito de comunicación analizado.

4 La elección entre la segunda persona prototípica y la desplazada

4.1 Locutores

Los locutores forman el grupo con más indexaciones de segunda persona (407 en total), en parte porque a ellos les corresponde la mayor parte de las palabras totales del corpus. Se trata de los hablantes que generalmente inician las interacciones radiofónicas y, por ello, en muchos casos han de elegir un determinado tratamiento para sus interlocutores, así como para la audiencia inespecífica del programa. Por las mismas razones, la observación de su comportamiento ha de constituir la base del análisis. En primer lugar, un 52.6 % de sus elecciones corresponden al paradigma de *tú*. Las segundas personas prototípicas aparecen categóricamente cuando se dirigen a otros profesionales de los medios (véase el cuadro 3 *supra*), como en el ejemplo (1), en que el locutor responsable del programa habla por teléfono con una reportera que informa sobre un mercado de arte callejero.

- (1) <Locutor> a mí me gustaría / Elena: <...> que nos- que nos: e: / e: *relataras* un poco es decir / e: los pre:cios qué cua:dros son- e: / son paisa:jes son abstrastos <*sic*> / *háblanos* un poco de la: / de- de- de este: / mercado de arte que tenemos ahí <Var-SE-230903-12:55>

En sus respuestas, esta última participante recurre también a la segunda persona prototípica, pero lo hace en su variante plural, construyendo a su interlocutor como parte de un grupo más amplio que incluye, primordialmente, a la

audiencia del programa. En realidad, en (1) ya se había favorecido esta elección con la autoindexación por medio del clítico plural en *nos relataras* y *háblanos* (véase también la sección 5).

- (2) <Locutora> bueno pues que *sepáis* / que es una iniciativa muy curiosa a mí al menos me ha llamado la atención / por: la forma de or:ganizarlo / *veréis* / son / cinco / artistas / amigos / son artistas catalanes <Var-SE-230903-12:55>

El comportamiento de los locutores hacia los personajes públicos muestra mayor variabilidad (con un 38.7 % de *tú* frente a un 46.6 % de *usted*). Cuando aparece *tú*, podría sugerir conocimiento previo entre los interlocutores, si se trata de participantes a los que se presenta como colaboradores habituales, como la especialista en estética del ejemplo (3).⁵ Este fragmento muestra también un cambio del número singular al plural, cuando la locutora empieza a tratar aspectos relacionados con el negocio del que aquella es responsable.

- (3) <Locutora> bien / e: quería terminar: *despidiéndote* <...> con la ampliación <del centro de estética> ¿cómo va:? / e:: ¿*estáis* ya terminando:? <Var-On-080104-13:45>

En los casos, más frecuentes, en que no resulta evidente ese conocimiento previo, el uso de *tú* puede dar a entender algún tipo de afiliación social compartida entre los interlocutores, empezando por la propia pertenencia a la comunidad local. Así, un locutor deportivo elige *tú* al dirigirse a un directivo del equipo de fútbol de la ciudad (y *vosotros* al conceptualizarlo como parte de la junta directiva), como se observa en (4), mientras que más adelante utiliza *usted* con el entrenador de otro equipo foráneo (5).

- (4) <Locutor> m:e ha gustado lo que he oído / con Rafa Sierra / y espero: que esta tarde:- m: esta tarde noche / m *tengas* voz y voto: <...> que hoy / *deis* pasos de verdaz / IM:portantes / y clarificadores <Dep-Co-080104-14:35>
- (5) <Locutor> sin duda / este: enfermo / tiene mejor: pinta / ahora está / en planta y cuando *usted* lo *cogió* / e:staba / en la uvi⁶ <Dep-Co-080104-14:50>

⁵ Al introducir la sección sobre estética en que colabora esta especialista, la locutora había indicado que dicha sección se emite “todos los jueves” <Var-On-080104-13:40>.

⁶ Unidad de vigilancia intensiva.

También es interesante el caso de (6), en que el entrevistado asume, a priori, la identidad contextual de personaje público (se le entrevista en relación con un libro de historia local que acaba de publicar), pero la locutora lo presenta como *un compañero periodista*; a lo largo de la conversación, se dirige a él con la segunda persona prototípica y recibe el mismo tratamiento por su parte.

- (6) <A, *locutora*> el autor es un: compañero: / m: periodista que es Ignacio Francia: buenas tardes Ignacio: /
 <B, *personaje público*> hola / buenas tardes:
 <A> gracias po:r estar aquí ya sé que *estás*: / con: gripe y que *has hecho* el: esfuerzo de: acompañarnos: <Var-SE-300503-19:20>

Los ejemplos transcritos hasta ahora sugieren que *tú* funciona como marcador de pertenencia grupal para los profesionales de los medios, del mismo modo que *usted*, más allá de su habitual caracterización intuitiva como elección formal o de respeto, puede indicar que un interlocutor es externo a dicho grupo, o bien a la propia comunidad (véase también Jang, 2012).

No obstante, encontramos contextos en que ni el conocimiento previo ni la coincidencia de afiliación grupal aparecen como factores contextualmente prominentes que puedan justificar el uso de *tú*. En tales casos, cabría esperar que los locutores se guiaran por normas más generales de comportamiento social en la comunidad, las cuales favorecerán la elección de *usted* con personas desconocidas previamente y en situaciones de comunicación pública, como son los programas de radio. Así se explica que, generalmente, dirijan este tratamiento a los personajes públicos que no son colaboradores habituales, así como a los hablantes particulares (ejemplo 7); de nuevo, la segunda persona desplazada contribuye a sugerir el carácter externo de todos estos participantes con respecto al ámbito de los medios de comunicación.

- (7) <A, *locutor*> ho:la buenas tardes ¿qué nos *cuenta uste:z?* /
 <B, *hablante particular*> e: / yo: quería hacer un comentario sobre lo del rastro //
 <A> ¡ah! / bien / *dígame* <Var-SE-230903-13:45>

Aun así, ciertos aspectos como la edad del destinatario (que se ha revelado como factor significativo en muchas comunidades, como señala Blas Arroyo, 2005, pp. 303–304, y sin duda lo es en la de Salamanca) pueden contrarrestar esta norma general. Si bien, como se expuso en la sección anterior, no se pretende analizar los rasgos sociodemográficos que poseen los participantes con independencia de la interacción concreta (rasgos sobre los que a menudo

no se nos ofrece información explícita), no cabe duda de que estos pueden adquirir relevancia en dicha interacción. Así, en (8), se emplea *tú* con una estudiante de Bachillerato que ha obtenido una medalla en una competición atlética. Asimismo, en la mayoría de los programas musicales, dirigidos a una audiencia joven y desarrollados en un estilo marcadamente conversacional (Aijón Oliva, 2006, pp. 161–162), resulta habitual el uso recíproco de las formas prototípicas, como en la conversación telefónica de (9).

- (8) <Locutor> *te* quedan todavía: / dos añitos dos temporadas como: *junior* / e: por cierto a: quién le *quieres* dedicar: / esa medalla ese: / gran Éxito <Dep-On-141204-15:30>
- (9) <A, locutora> el tema en cuestión / *oye* pues *te* lo *tienes* que aprendER para este sábado: ¿e:h?
 <B, hablante particular> sí: si me lo sé: lo que pasa que no *te* voy a cantar aquí: / que estoy trabaja:ndo que me echa el jefe: /
 <A> ah que *te* echa el jefe /
 claro: <Mus-Di-251104-13:25>

Finalmente, los locutores apenas emplean las segundas personas prototípicas con los hablantes caracterizados como políticos. Tal elección podría resultar inadecuada, teniendo en cuenta que generalmente se espera de los profesionales de los medios que adopten posturas objetivas (o incluso críticas) hacia este grupo social (Patrona, 2011). La única excepción en el corpus es un debate en el que intervienen los líderes de las secciones juveniles de tres partidos políticos. El uso de *tú* y *vosotros* por parte de la locutora, también relativamente joven, indica que, de nuevo, un rasgo de afiliación compartida (la adscripción de todos los participantes a una franja de edad similar) se impone a otras posibles consideraciones contextuales.

- (10) <Locutora> *acércate* un poquito más al micro / eso es <...> ¿se ha politizado demasiado el asunto / y: / tiene razón Carlos / tiene razón Rubén:? ¿cómo lo *veis*? <Var-Pu-281204-12:35>

4.2 Otras identidades contextuales

Como se observó en el cuadro 2, los personajes públicos alcanzan los porcentajes más elevados de *tú* y *vosotros*, mientras que sus frecuencias de *usted* y *ustedes* son comparativamente bajas. Estos hablantes se dirigen normalmente

a los locutores con las formas de segunda persona prototípica (54 casos, frente a 10 de las desplazadas), incluso en algunos casos en que reciben *usted* de ellos. Tales situaciones de tratamiento asimétrico sugieren que al personaje público se le atribuye un estatus más elevado en la interacción, a pesar de que no goce realmente de un rol comunicativo dominante, como reconoce en el ejemplo (11) el hablante B (un abogado que colabora en una sección de análisis político) al afirmar que solo intervendrá cuando se lo permita el locutor.⁷

- (11) <A, locutor> *ustedé intervendrá / cuando le parezca ¿no? / pero claro que hoy el protago[ni:smo y la- y la in-]*
 <B, personaje público> [yo cuando me *dejes* / vamos]
 <A> -tención que tenemos es de escuchar a nuestro: invitado / (o) sea que: /
 m: / yo: cuando me *digas* <Var-Co-230503-12:35>

Curiosamente, poco después este mismo colaborador utilizará *usted* para indagar al invitado aludido en el ejemplo anterior, que es el alcalde de la ciudad (el cual, por lo tanto, asume la identidad contextual de político), como se observa en (12). El personaje entrevistado se dirigirá a sus dos interlocutores con *usted* (o *ustedes* al referirse simultáneamente a ambos, como en 13) y recibirá el mismo tratamiento por parte de ellos. Por lo tanto, las elecciones de persona no sugieren que exista conocimiento previo ni coincidencia de afiliación grupal con este representante político.

- (12) <Personaje público> supongo que *considerará ustedé* lógico que TODOS: / vayan a intentar *desalojarle a ustedé* / porque: son ocho años y:: b- e: / e(s de)cir / l- los- / los demás- / los demás también quieren mandar ¿no? <Var-Co-230503-12:40>
- (13) <Político> *¿ustedes saben* lo que significa entra:r / a tomar posesión de un cargo público: / de un cargo político: / a una corporación como es una diputación provincial / e: / m / con / la mayoría absoluta / tu grupo político: / y salir / absolutamente N:ADA? <Var-Co-230503-12:50>

Esta conversación en particular resulta bastante reveladora sobre cómo la elección entre los paradigmas prototípicos y los desplazados se relaciona con la proyección de distintas identidades en la interacción. El político es externo al ámbito de la emisora de radio, por lo que siempre utiliza y recibe *usted*. El

⁷ De nuevo, este había explicitado el estatus de colaborador regular de su interlocutor al afirmar que “como es habitual / cada viernes / nos hace compañía” <Var-Co-230503-12:35>.

personaje público es solo parcialmente externo, dado que colabora habitualmente en el programa; su conocimiento previo del locutor le permite dirigirse a este con *tú*, pero a la vez recibe *usted* de él, probablemente en relación con el estatus de experto que se le atribuye (como ya se ha indicado, los locutores utilizan *usted* con los personajes públicos en un 46.6 % de los casos, siendo esta la opción más frecuente de las cuatro). Finalmente, el locutor es quien realmente pertenece al ámbito de los medios de comunicación; la proyección de su identidad profesional en este contexto hace preferible el uso de *usted* con sus dos interlocutores, incluso si alguno de ellos decide no hacer lo mismo con él.

Como ya se ha indicado, los políticos muestran una especial preferencia por las segundas personas desplazadas, con un 65.4 % de *usted* y un 19.2 % de *ustedes* (sobre el uso de los tratamientos en los hablantes con este tipo de identidad, véanse también Blas Arroyo, 2000; De Cock y Nogué, 2017, p. 110).⁸ No obstante, hay que observar que en total producen únicamente 26 indexaciones de segunda persona, lo que supone una frecuencia muy baja (los hablantes particulares, con un número total de palabras mucho menor, cuentan con 79 casos). Al menos en las situaciones reflejadas en el corpus, las apelaciones directas a los interlocutores son escasas en el discurso de los políticos. Algunos contextos sugieren una tendencia a evitar el enfrentamiento explícito por medio de diversos recursos formales, ya sea la supresión total de indexaciones o la construcción de otros participantes como referentes externos a la interacción. Así, en (14), tomado del debate ya aludido en (10), se puede observar cómo el hablante se refiere a su adversario como tercera persona (*mi amigo Carlos*), aprovechando la posibilidad de tomar como interlocutora explícita a la moderadora del debate o a la propia audiencia del programa. En las cláusulas siguientes se transfiere la referencia de este participante a la del partido al que representa, también en tercera persona.

- (14) <Político> *mi amigo: Carlos ha hablado del tema de crispación // hombre: / crispación ahora mismo: la está generando el Partido Socialista allí donde está: / gobierne comunidades autónoma:s e / gob(i)erne el: Estado de la nació:n* <Var-Pu-281204-12:40>

Las bajas frecuencias de indexación del interlocutor en los políticos se explican, en parte, por los tipos de contextos en que suelen intervenir en la comunicación radiofónica local. Más que los debates entre varios participantes, como el transcrito, abundan las entrevistas individuales y las declaraciones en ruedas

⁸ En un corpus de radio y televisión, Serrano (2017: 101) encuentra en los políticos 36 casos de *tú* por 87 de *usted*; también en este caso se trata del grupo que más claramente prefiere las formas desplazadas.

de prensa: situaciones en que el hablante no suele verse obligado a contrastar sus puntos de vista con los de otros ni a refutar estos últimos. Por lo que respecta a los paradigmas prototípicos, el único caso de *tú* producido por una representante política se da en la expresión *¿me entiendes?* (ejemplo 15), altamente pragmaticalizada como marcador conversacional, por lo que solo hasta cierto punto puede considerarse una elección de tratamiento como tal (de hecho, la hablante solo indexa a su entrevistadora en otra ocasión, y lo hace a través de *usted*). Por lo que se refiere a los tres casos de *vosotros*, aparecen en situaciones en que se dirigen a más de un locutor, como en (16), o bien a uno solo al que construyen discursivamente como parte de un grupo. Estos hablantes parecen asumir en el contexto un estatus superior al de sus entrevistadores, como se observó anteriormente con respecto a los personajes públicos.

- (15) <Política> la respuesta / en algún caso ha sido / “no / mi: marido prefiere que: me quede en casa: / e: con los niño:s: / m: no / no me interesa” entonces: / eso realmente es: / un poco: doloroso / *¿me entiendes?* <Var-On-281204-13:20>
- (16) <Político> para la adjudicación de la obra / al contratista de turno / se ha primado y muy mucho / como ya creo que *sabéis* por otros conductos / de la vida:- / de la: información municipal / el plazo <Inf-Co-241104-7:55>

Por último, los resultados de los hablantes particulares son similares a los de los locutores, si bien con porcentajes algo más bajos tanto de *tú* como de *usted*, en parte por su mayor tendencia a indexar a los profesionales de los medios con formas plurales (aun así, solo producen un total de 15 casos entre *vosotros* y *ustedes*, como indica el cuadro 3 *supra*). La hablante que llama por teléfono a un programa en el ejemplo (17) realiza una interesante transición: primero se dirige a la audiencia inespecífica del programa con *ustedes*, y seguidamente al locutor del programa (y a la emisora que este representa) con *vosotros*. No obstante, en los contextos de este tipo predomina *ustedes*, como en (18). Por su parte, la mayoría de los casos de *tú* y *vosotros* de los hablantes particulares aparecen en programas musicales (véase 9 *supra*) y otros contextos en que resulta prominente la coincidencia de afiliación grupal.

- (17) <Hablaante particular> señores / no se dejen engañar / porque a Caldera / y compañía / ni me los imagino gobernando la nación / • del trabajo / más vale trabajo en mano / que cientos volando // quisiera // que mañana que es el Día de las Águedas / *tuvierais* un recuerdo para las que: / se llaman Águedas / y cumplen años <Var-Co-050204-13:10>

- (18) <Hablaⁿte particular> les rogaría que / m: / a través de algún programa suyo / lo hicieran público / para que / actuaran / los: / e: servicios municipales: <Var-Co-211204-13:10>

Por lo tanto, cada tipo de identidad contextual se asocia a pautas de elección gramatical parcialmente diferentes. Estas se hallan estrechamente relacionadas con los tipos de interacciones en que suelen intervenir los hablantes y los objetivos que se persiguen en ellas. La elección entre la segunda persona prototípica y la desplazada no parece responder únicamente a ciertos rasgos del interlocutor o al establecimiento de cierta relación interpersonal, como han dado por supuesto tradicionalmente los estudios sobre *tú* y *usted*, sino que es coherente con las identidades contextuales de ambos participantes. Así, el claro predominio de *tú* en los personajes públicos (aun en ciertos casos en que se les dirige *usted*) sugiere una tendencia a atribuirse determinadas prerrogativas contextuales; por su parte, los políticos casi siempre utilizan las formas desplazadas. Los profesionales de la radio, que son quienes participan en una mayor variedad de situaciones e interactúan con interlocutores más diversos, muestran a su vez unos resultados más equilibrados. Si bien tienden a emplear *usted* en todos aquellos contextos en que no se da a entender la existencia de conocimiento previo ni, sobre todo, de afiliación grupal compartida, no ocurre así, por ejemplo, en los programas musicales, en que la configuración de una identidad profesional y un punto de vista objetivo se sustituye por la búsqueda de una mayor cercanía con respecto a la audiencia.

5 La elección entre el número singular y el plural

Del cuadro 2 *supra* se deduce que las diferencias según el número gramatical no son tan claras como las relacionadas con la persona. Las formas singulares siempre resultan mucho más frecuentes que las plurales. La única excepción es *vosotros* frente a *tú* en los políticos, pero los ejemplos de segunda persona prototípica en estos hablantes son tan escasos (4 en total) que las proporciones no pueden considerarse representativas. Es a través del análisis contextual como se podrá profundizar en las relaciones entre número gramatical e identidad en las interacciones radiofónicas.

Como se ha señalado, en el ámbito de los medios es frecuente que los participantes aparezcan como representantes de grupos ausentes a los que no pertenecen sus interlocutores; se trata de los que Bell (2001) denomina *referentes* (*referees*), cuya influencia en el comportamiento lingüístico es difícil de

soslayar. Así, los locutores y periodistas suelen hablar por sus equipos de trabajo o las empresas para las que trabajan; los políticos exponen las acciones y opiniones de sus partidos o de la administración pública a la que representan; los hablantes particulares pueden incluso hablar en nombre de todos los ciudadanos de a pie. Esto da como resultado una gran abundancia de primeras personas del plural con referencia excluyente del interlocutor (Aijón Oliva y Serrano, 2013, pp. 93–95). Es fácil suponer que también influirá en el uso de las segundas personas. Nowikow (1994, p. 285) propone una distinción entre audiencias *homogéneas*, en las que todos los componentes son conocidos e interpelados simultáneamente, y *heterogéneas*, en las que se habla a un individuo considerando que a través de él se habla también a todo el grupo que representa. En estos últimos casos, cabe afirmar que la identidad contextual relevante de dicho individuo va más allá de su persona. Como en la sección anterior, se atenderá primeramente al comportamiento de los locutores, y después al de los demás grupos.

5.1 Locutores

La alternancia entre la indexación del interlocutor con formas singulares y plurales es especialmente frecuente en las entrevistas, donde a menudo los locutores proyectan una identidad dual de sus invitados: son individuos con conocimientos y opiniones propias, pero al mismo tiempo, si se ha solicitado su participación en un programa de radio, es básicamente porque se les considera representativos de cierto grupo social. De este modo, en (19), un locutor alude a una lesión sufrida por un futbolista durante un partido; del singular *sentistes* (*sic*) pasa al plural *sois* al incluir a este participante en un grupo del que lo considera representante (*los futbolistas*).

- (19) <Locutor> cuando: *sentistes* el pinchazo: vamos / los: futbolistas para eso / *sois*: / bastante inteligentes: / <pensaste> “me he roto” / desde el: primer: e: / instante <Dep-On-141204-15:10>

Obviamente, en el ejemplo transcrito es el propio sintagma *los futbolistas* el que ayuda a interpretar la traslación desde la identidad individual a la grupal, y con ello el cambio en el punto de vista discursivo. Esta peculiar construcción gramatical del español, en que elementos nominales de tercera persona aparecen en correferencia con verbos de primera o segunda, ha sido analizada como estrategia de especificación referencial (Martínez, 1999, pp. 2764–2765; De Cock, 2010; 2014, pp. 156–157). Tales elementos parecen ocupar el lugar que correspondería a un

sujeto u objeto, a pesar de la aparente discordancia gramatical, a la vez que orientan la interpretación contextual de los morfemas verbales de primera o segunda persona.

Interesa observar que la dualidad entre la identidad individual y la grupal del interlocutor tiende a reproducirse en las respuestas de estos participantes, por medio de la alternancia entre *yo* y *nosotros*. En (20), un reportero se dirige a un futbolista en plural, aludiendo explícitamente al *equipo*, mientras que la respuesta oscila entre la perspectiva singular (con el elemento modalizador *yo creo*) y la plural (*estamos*). Ello sugiere una difuminación de los límites entre el individuo y el grupo en este contexto.

(20) <A, locutor> ¿qué le puede estar pasando al equipo *estáis* nervioso:s:? /
<B, *personaje público*> N:O: *yo creo* que:- / que: *estamos* jugando: /
prácticamente igual / durante todo el año ¿no? <Dep-SE-210504-15:50>

Asimismo, el locutor de (21), en conversación con la portavoz de una asociación de amas de casa, pasa del plural en uno de sus turnos al singular en el siguiente; las respuestas de la entrevistada reproducen exactamente esas elecciones.⁹

(21) <A, locutor> porque *teníais- teníais* la: percepción de que: / asuntos como la violencia: / el trabajo: la conciliación de la vida labora:l: / y: familiar / están / desde luego en el ánimo de las amas de casa y en el ánimo de todas las familias ¿no? /
<B, *personaje público*> claro que sí / *tenemos* que estar también al día de todo ello / aunque *estamos* po:r los medios de comunicación / pero: / *queremos* estarlo más direztamente /
<A> ¿*crees* <...> que: / de esta:- / e: de este congreso / saldrá: la autoesti: ma de nuestras amas de casa: / reforzada?
 yo creo que sí <Var-SE-230903-12:45>

Al contrario de lo observado en (19) y (20), en muchos casos el alcance referencial de la desinencia plural no se hace explícito; lo relevante desde el punto de vista sociopragmático es la propia construcción del destinatario como pluralidad y los

⁹ Cabe señalar que *usted* y *ustedes* habrían sido más esperables que las segundas personas prototípicas en una interacción como esta. Como se expuso en la sección anterior, la elección de *tú* y *vosotros* por parte de los locutores radiofónicos con los personajes públicos que no intervienen de modo regular ha de interpretarse como sugerencia de algún tipo de afiliación grupal coincidente (en este caso concreto, se podrían apuntar la franja de edad análoga, la pertenencia a la comunidad local o, más tentativamente, la simple preocupación por la situación social de las amas de casa).

efectos que ello produce en su propia identidad contextual. En las entrevistas con políticos, los profesionales de los medios recurren casi sistemáticamente a *ustedes* a la hora de resumir sus posturas ideológicas o medidas prácticas (les dirigen esta forma en 11 ocasiones, junto a 32 de *usted*). Tal elección evita atribuir el contenido del discurso al interlocutor específico (sobre todo cuando dicho contenido parece ponerse en cuestión, como en el ejemplo 22), transmitiendo una visión más general y objetiva por medio de su transferencia a un grupo más amplio (generalmente, es de suponer, el partido político o la institución pública que aquel representa).

- (22) <Locutor> <el alcalde ha afirmado> que dinero hay / que no hay problemas / que hay unas partidas ahí / que están bailando y demás / esto echa un poco por tierra / pues toda esa situación económica que *ustedes hablaban*: durante las elecciones <Inf-SE-180603-14:10>
- (23) <Locutor> tema de autovías / que es: m: e: un: / tema que / maneja todo el mundo “hare:mos autovías” / e / *ustedes* / de: cualquier forma / lo que sí *han demostrado* es que *son* capaces de hacerlas / porque alguna: está en marcha <Var-Co-230503-12:50>

En otras palabras, se puede hablar de elecciones plurales encaminadas a difuminar la implicación personal del interlocutor, en línea con los usos de *modestia* o de *autor* señalados tradicionalmente para la primera persona del plural, si bien en el caso de las segundas tales usos parecen ser menos frecuentes y hallarse menos pragmatizados, lo que explica que también hayan recibido mucha menos atención en la bibliografía. Así, en (24), un deportista rechaza la sugerencia de un periodista sobre su falta de esfuerzo, pero lo hace desde una perspectiva plural (*eso lo opináis vosotros*) que reduce la responsabilidad personal de su interlocutor (y, con ello, el enfrentamiento directo con este) en comparación con *tú*.

- (24) <A, locutor> parece que lo del trabajo es la frase tuya / trabajar trabajar / pero no debes hacerlo mucho <entre risas> porque- </entre risas> / <B, personaje público> bueno: eso lo *opináis vosotros*: eso: e: / yo vengo entreno y: lo hago lo mejor posible <Dep-On-080104-15:20>

5.2 Otras identidades contextuales

Las elecciones de número por parte de los hablantes que no pertenecen al grupo de los locutores se ven condicionadas hasta cierto punto por las de estos

últimos, que son quienes habitualmente inician las interacciones y distribuyen los turnos de habla; su tendencia a indexarse a sí mismos por medio de la primera persona plural (con diversos alcances referenciales: su equipo de trabajo, la emisora, o incluso en usos ambiguos cercanos a esos plurales de *modestia* o de *autor*) se ve replicada a menudo en las intervenciones de sus interlocutores. En (25), un arquitecto local informa sobre una exposición dedicada a otro arquitecto de renombre. La indexación plural de la última cláusula, dentro de una construcción con función organizadora del discurso (*como* os *acabo de decir*), resulta ambigua y puede interpretarse como referida al entrevistador más otras personas presentes en el estudio de grabación, o bien incluso a estos más toda la audiencia inespecífica del programa. En cualquier caso, se trata de una elección significativa frente a la alternativa singular *como te acabo de decir*, por medio de la cual se individualizaría claramente al interlocutor.¹⁰

- (25) <Personaje público> en España pues tiene mucha:s- / muchas obras / realmente en Andalucía / porque: él: / trabaja mucho en ese entorno Sevilla / Cádiz / e: Jerez etcétera / pero bueno / y luego en Madrid / como: os acabo de decir <Var-Co-050204-12:45>

En realidad, el uso del plural para indexar a los profesionales de los medios parece prácticamente convencionalizado en diversos contextos. A pesar de no ser propiamente un ejemplo conversacional, interesa observar lo que ocurre en (26), donde el locutor y director de un programa musical lee el texto de un correo electrónico enviado para pedir que se emita cierta canción. Si bien la remitente (clasificada, obviamente, como hablante particular) podría haberse dirigido a este locutor en singular, dado que se trata de una persona conocida para cualquier oyente del programa, su elección de *vosotros* sugiere que en este contexto la identidad personal difícilmente puede separarse de la del equipo profesional.

- (26) <Locutor> “quería *pediros* / si *podéis* poner la canción de Nika *Ser yo* / para hoy / e: sobre la una y dedicársela / a Laura <...>” pue:s Marta / L:aura / atentas / que llega: / este fantástico: tema / y *recuerda* que este programa si es bueno / es gracias a *vosotros*: <Mus-40-220803-13:10>

¹⁰ En la sección 4 se observó que *tú* y *vosotros* son especialmente habituales en los personajes públicos (invitados o colaboradores), lo que en ocasiones da lugar a situaciones de tratamiento asimétrico que inevitablemente resultan paralelas a una asimetría de estatus interaccional. Es lo que ocurre también en la entrevista aludida, donde el locutor había indexado al arquitecto por medio de *usted*: “esta exposición / de: / alguien que queremos que nos *presente*” <Var-Co-050204-12:45>.

En el mismo ejemplo, también resulta significativo el comentario subsiguiente del hablante, en el que se alude sucesivamente a tres referencias distintas: primero menciona por medio de vocativos a *Marta* y *Laura*, después pasa al singular, aparentemente refiriéndose solo a *Marta*, y finalmente formula un *vosotros* (masculino) que subsume a ambas amigas en el conjunto de la audiencia del programa. Todo ello incide en la complejidad de la propia identidad en la comunicación de carácter público.

El contexto más habitual para la participación de los hablantes particulares (las llamadas telefónicas a programas de radio) también muestra el uso del plural para dirigirse a los locutores (véanse los ejemplos 17 y 18 *supra*). En (27), la hablante abre su turno con el marcador pragmaticalizado *mire* (De Cock, 2014, pp. 67–72), pero después cambia al plural para formular su petición, evitando con ello atribuir toda la responsabilidad a su interlocutor.

- (27) <Hablante particular> buenos días / *mire* / soy: una ciudadana / m: de aquí de Salamanca entonces: s m: vivo: s- / el Paseo San Antonio <...> hay un: bache grandísimo / que la verdad / tenemos que tener mucho cuidao los peatones / porque si no nos caemos / y lleva muchísimo tiempo MEses así / entonces por favor si *quieren* dar la queja a ver si es posible / que le echen el asfalto <Var-Co-050204-13:00>

Si el plural ayuda en muchos casos a difuminar la identidad individual de los locutores, por la misma razón cabe suponer que el singular contribuirá a reforzar esa identidad, destacando su implicación en el contenido del discurso. Así, en (28) se agradecen explícitamente al responsable de un programa las selecciones musicales que realiza (sin que sea evidente que estas se deban a él y no a otro miembro de su equipo). Es interesante observar cómo, en su respuesta, el locutor opta por formas de primera persona plural, evitando con ello asumir explícitamente el mérito.

- (28) <A, hablante particular> solamente llamar / para *darle* las gracias / por las canciones que nos *pone* / que: / estas sí que son de nuestra vida / gracias / <B, locutor> pues m: / n- no vea usted / cómo: se lo *agradecemos* al mismo tiempo / porque / cuando alguien / reconoce que: lo que *hacemos* está medianamente bien hecho / pues es de agradecer <Var-Co-211204-13:10>

En cambio, cuando el contenido del discurso se interpreta como negativo, la elección del singular puede sugerir tensión o conflicto entre los interlocutores. En (29), un político reprocha a su entrevistadora que persista en preguntarle sobre asuntos que no son de su competencia. Tras utilizar dos veces la

indexación con *usted* junto a la autoindexación por medio del clítico *me* (*me está haciendo, me está hablando*), termina con una construcción de *se* (*cuando se me pida*), quizá para evitar un excesivo énfasis pragmático en su interlocutora. También es significativo observar cómo esta última, en su respuesta, pasa de una inicial perspectiva singular (*yo sí que le pediría*) a formas plurales que primero incluyen en apariencia a ambos participantes (*olvidándonos*) y después solo a la hablante, la cual aparece como representante de la audiencia y de su legítimo interés por las opiniones del entrevistado (*que nos pudiera aportar*).

- (29) <A, político> me: *está*: haciendo una serie de preguntas / que:- m: / que dado: mi pasado: militar / y: teníamos en las ordenanza:s muy claro / que nadie debía de meterse / en el área de responsabilidad / y en el ámbito de responsabilidad: / de ningún otro / y: eso lo teníamos todo:s muy claro / cuál era nuestro campo: de actuación / me *está* hablando de un tema / que es de l::a Concejalía: de Cultura <...> cuando *se me pida* mi opinión:: a nivel:: e: m:: corporativo / pues entonces la da- / la daré /
 <B, locutora> pues yo sí que *le pediría* su opinión / e: fuera ya de:- *olvidándonos*: de: que no / *TIENE* / competencias en esta materia: / sí lo tiene: la Concejalía de:- de Cultura pero: / *me* parece que: / e: sería interesante la opinión que *nos pudiera* aportar: <Var-On-080104-13:05>

De todo ello se concluye que la elección de número gramatical, al igual que la de persona, se utiliza como un recurso comunicativo relacionado estrechamente con las identidades contextuales en el discurso de la radio. En los frecuentes casos en que el alcance referencial del plural no es evidente, los hablantes están explotando la ambigüedad de esta elección para evitar centrar el contenido del discurso en el interlocutor; la construcción de un participante como grupo supone una difuminación de su responsabilidad. Por la misma razón, el singular destacará su implicación personal, y ocasionalmente puede reforzar un conflicto interaccional. La relativa tendencia de los locutores de radio a indexarse a sí mismos y a otros participantes por medio de formas plurales recubre motivos análogos a los de su frecuente uso de las segundas personas desplazadas: contribuye a la identidad objetiva y profesional que generalmente persiguen, al deslizar su discurso de los contenidos y perspectivas más personales que suelen asociarse a la primera y la segunda persona prototípica, a la vez que se autoconstruyen como parte de un grupo más amplio. Las indexaciones plurales que les dirigen los demás participantes suelen revelar intenciones comunicativas similares.

6 Conclusiones

El análisis ha permitido observar la interacción entre la elección de formas de segunda persona y las identidades contextuales que asumen los participantes en el discurso de la radio. En primer lugar, la variación entre los paradigmas prototípicos y los desplazados permite construir a los interlocutores como más o menos cercanos al hablante, en relación con el propio estatus cognitivo de la segunda persona gramatical frente a la tercera. Los locutores recurrirán a *tú* para sugerir conocimiento previo o, sobre todo, coincidencia de afiliación grupal, como resulta evidente en su uso categórico de esta forma cuando interactúan con otros profesionales de los medios. Por el contrario, *usted* suele indicar que el interlocutor es externo a este ámbito profesional, y que no comparte otros posibles rasgos de afiliación. Una y otra elección repercuten, a su vez, en la identidad proyectada por el propio hablante en la interacción: más subjetiva y personal en el primer caso, más objetiva y profesional en el segundo. Por su parte, los personajes públicos muestran una fuerte preferencia por *tú* y *vosotros*, lo que sugiere la (auto)atribución de un estatus psicosocial superior a estos participantes; por el contrario, los representantes políticos casi siempre utilizan y reciben *usted* y *ustedes*, lo que sugiere que no se pretende destacar coincidencias entre ellos y otros participantes (sin desdeñar la asociación, señalada tradicionalmente, entre este tratamiento y dimensiones psicosociales como el *poder* o el *prestigio*).

La elección de número gramatical no parece establecer diferencias tan claras entre los grupos, además de estar sujeta a una mayor variabilidad contextual, con frecuentes casos de alternancia entre el singular y el plural; lo que no significa que no sea también un recurso interaccional de gran relevancia. La construcción de los participantes como individuos o bien como grupos permite a los profesionales de los medios alcanzar diversos objetivos; por lo general, el uso del plural evita presentar los contenidos como directamente relacionados con el interlocutor, generalizándolos a un ámbito más amplio, y potenciando con ello la objetividad del discurso. Por su parte, el resto de los grupos, y sobre todo los hablantes particulares, muestran también una tendencia a indexar a los locutores por medio de formas plurales, dando a entender el hecho de que representan a un equipo más amplio. Ello no excluye la posibilidad de utilizar el singular cuando se intenta destacar la implicación del hablante concreto, ya sea al abordar hechos considerados positivos o negativos.

Teniendo en cuenta todo esto, es posible proponer una conexión discursivo-cognitiva entre la elección de persona gramatical y la de número: ambas dimensiones ofrecen una solución que puede considerarse más *objetivadora* del discurso

que la otra. En el caso de la persona, las formas desplazadas (*usted* y *ustedes*) implican la construcción discursiva del interlocutor con formas de tercera persona y, por lo tanto, lo desplazan cognitivamente del ámbito de los participantes directos. Del mismo modo, por lo que respecta al número, las formas plurales (*vosotros* y *ustedes*) hacen prominente la identidad grupal frente a la individual, con lo que también evitan la atribución directa del contenido discursivo al interlocutor específico. En la figura 1 se esquematiza esta propuesta sobre los parámetros sociopragmáticos básicos que definen el sistema de segundas personas en el ámbito de comunicación analizado, y su relación con la construcción del discurso entre los polos discursivo-cognitivos de la subjetividad y la objetividad. Como se puede observar, la elección más subjetiva es *tú*, que conjuga los valores de cercanía e individualidad, mientras que la más objetiva es *ustedes*, en que confluyen los valores de distancia y grupalidad.

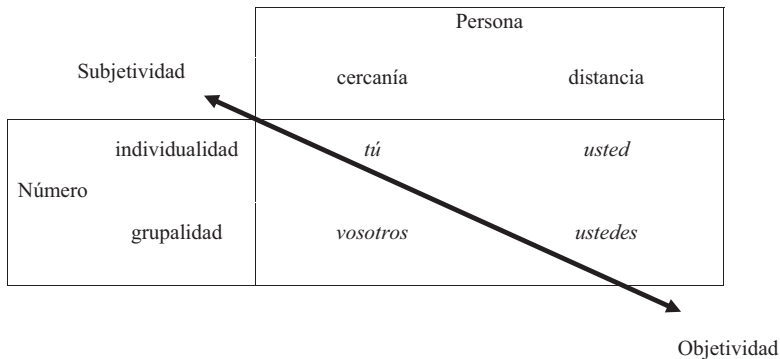


Figura 1: Paradigmas de segunda persona, valores sociopragmáticos y subjetividad-objetividad.

Como se ha expuesto, las elecciones tendentes a la subjetividad o bien a la objetividad se relacionan con las identidades contextuales adoptadas: los personajes públicos tienden a optar por las primeras y los políticos por las segundas, mientras que los locutores y los hablantes particulares muestran mayor variabilidad dependiendo de sus objetivos en el contexto específico. Las complejas relaciones entre la forma gramatical, la cognición y la construcción de identidades ofrecen actualmente un campo de estudio de gran interés (De Cock, 2014, p. 237; Posio, 2016; Serrano, 2017, 2018), a cuyo desarrollo ha pretendido contribuir el presente trabajo. El análisis de dichas relaciones según las dimensiones esbozadas aquí, y aplicado a otros ámbitos de comunicación social y comunidades de habla en que resulten prominentes distintas identidades contextuales, permitirá profundizar en el conocimiento teórico de los valores

sociopragmáticos de la elección lingüística y su relación con los planos del discurso y la cognición.

Fondos: Ministerio de Economía y Competitividad de España (proyecto FFI2016-74825-P). Cabildo Insular de Tenerife, España (Programa *María Rosa Alonso* de Ayudas a la Investigación en Humanidades).

Referencias

- Álvarez Muro, A. & New, J. (2003). Variación en el pronombre de segunda persona en el habla de Mérida. *Boletín Antropológico (Universidad de los Andes)*, 57, pp. 47–64.
- Aijón Oliva, M. A. (2006). *Variación morfosintáctica e interacción social: Análisis del paradigma de los clíticos verbales españoles en los medios de comunicación*. Salamanca: Ediciones Universidad de Salamanca. doi: 10.14201/gredos.138326.
- Aijón Oliva, M. A. (2019). *Constructing us: The first and second persons in Spanish media discourse*. Berlin: De Gruyter. doi: 10.1515/9783110643442.
- Aijón Oliva, M. A. & Serrano, M. J. (2013). *Style in syntax: Investigating variation in Spanish pronoun subjects*. Bern: Peter Lang. doi: 10.3726/978-3-0351-0448-6.
- Bell, A. (2001). Back in style: Reworking audience design. En Eckert, P. & Rickford, J. R. (Eds.), *Style and sociolinguistic variation* (pp. 139–169). Cambridge: Cambridge University Press. doi: 10.1017/cbo9780511613258.010.
- Belloro, V. A. (2015). *To the right of the verb: An investigation of clitic doubling and right dislocation in three Spanish dialects*. Newcastle: Cambridge Scholars Publishing.
- Bertolotti, V. (2015). *A mí de vos no me trata ni usted ni nadie. Sistemas e historia de las formas de tratamiento en la lengua española en América*. México: UNAM.
- Blas Arroyo, J. L. (2000). 'Mire usted, Sr. González ...' Personal deixis in Spanish political-electoral debate. *Journal of Pragmatics*, 32, pp. 1–27. doi: 10.1016/S0378-2166(99)00040-5.
- Blas Arroyo, J. L. (2005). *Sociolingüística del español. Desarrollos y perspectivas en el estudio de la lengua española en contexto social*. Madrid: Cátedra.
- Brown, R. & Gilman, A. (1960). The pronouns of power and solidarity. En Sebeok, T. A. (Ed.), *Style in language* (pp. 253–276). Cambridge, MA: The MIT Press.
- Corbett, G. C. (2000). *Number*. Cambridge: Cambridge University Press. doi: 10.1017/cbo9781139164344.
- Davidson, B. (1996). 'Pragmatic weight' and Spanish subject pronouns: The pragmatic and discourse uses of 'tú' and 'yo' in spoken Madrid Spanish. *Journal of Pragmatics*, 26, pp. 543–566. doi: 10.1016/0378-2166(95)00063-1.
- De Cock, B. (2010). La funcionalidad discursiva del esquema construccional 'Los españoles hemos hecho historia en Europa'. *Lingüística Española Actual*, 32, pp. 173–195.
- De Cock, B. (2014). *Profiling discourse participants: Forms and functions in Spanish conversation and debates*. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins. doi: 10.1075/pbns.246.
- De Cock, B. & Kluge, B. (2016). On the referential ambiguity of personal pronouns and its pragmatic consequences. *Pragmatics*, 26, pp. 351–360. doi: 10.1075/prag.26.3.01dec.

- De Cock, B. & Nogué Serrano, B. (2017). The pragmatics of person reference: A comparative study of Catalan and Spanish parliamentary discourse. *Languages in Contrast: International Journal for Contrastive Linguistics*, 17, pp. 96–127. doi: 10.1075/lic.17.1.05dec.
- Enrique-Arias, A. (1997). *The grammaticalization of object agreement in Spanish*. Los Ángeles: University of Southern California, tesis doctoral.
- Fernández, M. & Gerhalter, K. (2017). Pronombres de segunda persona y fórmulas de tratamiento en español: una nueva bibliografía (1867–2016). *Lingüística en la Red*. Recuperado de http://www.linred.es/informacion_pdf/LR_informacion20_20170219.pdf.
- Fernández, S. S. (2008). Generalizaciones y evidencialidad en español. *Revue Romane*, 43, pp. 217–234. doi: 10.1075/rro.43.2.04fer.
- García, E. C. (2009). *The motivated syntax of arbitrary signs: Cognitive constraints on Spanish clitic clustering*. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins. doi: 10.1075/sfsl.61.
- Gili Gaya, S. (2000[1968]). *Curso superior de sintaxis española* (14ª ed.). Barcelona: Biblograf.
- Haverkate, H. (1984). *Speech acts, speakers, and hearers: Reference and referential strategies in Spanish*. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins. doi: 10.1075/pb.v.4.
- Hummel, M., Kluge, B. & Vázquez Laslop, M. E. (Eds.). (2010). *Formas y fórmulas de tratamiento en el mundo hispánico*. México/Graz: El Colegio de México/Karl-Franzens-Universität.
- Jang, J. S. (2012). La dinámica de la alternancia entre tú/vos y usted en Medellín (Colombia) desde la teoría de la acomodación comunicativa. *Forma y Función*, 25, pp. 40–60.
- Kerbrat-Orecchioni, C. (2005). *Le discours en interaction*. Paris: Armand Colin.
- Kuznetsova, J. (2015). *Linguistic profiles: Going from form to meaning via statistics*. Berlin/New York: De Gruyter. doi: 10.1515/9783110361858.
- Lipski, J. M. (1994). *Latin American Spanish*. New York: Longman Linguistics Library.
- Martínez, J. A. (1999). La concordancia. En Bosque, I. & Demonte, V. (Eds.), *Gramática descriptiva de la lengua española* (pp. 2695–2786). Madrid: Espasa Calpe.
- Martiny, T. (1996). Forms of address in French and Dutch: A sociopragmatic approach. *Language Sciences*, 18, pp. 765–775. doi: 10.1016/s0388-0001(96)00046-0.
- Moser, K. (2008). Tres hipótesis acerca de la (des)cortesía en el tratamiento diádico informal-familiar de San José, Costa Rica. *Revista Internacional de Lingüística Iberoamericana*, 6, pp. 129–145.
- Nowikow, W. (1994). Sobre la pluralización de personas gramaticales en las lenguas románicas: ‘nos’, ‘vos’ – ‘nos alteros’, ‘vos alteros’. *Anuario de Lingüística Hispánica*, 10, pp. 283–300.
- Patrona, M. (2011). Neutralism revisited: When journalists set new rules in political news discourse. En Ekström, M. & Patrona, M. (Eds.), *Talking politics in broadcast media* (pp. 157–176). Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins. doi: 10.1075/dapsac.42.13pat.
- Posio, P. (2016). You and we: Impersonal second person singular and other referential devices in Spanish sociolinguistic interviews. *Journal of Pragmatics*, 99, pp. 1–16. doi: 10.1016/j.pragma.2016.04.014.
- Posio, P. (2017). Entre lo impersonal y lo individual. Estrategias de impersonalización individualizadoras en el español y portugués europeos. *Spanish in Context*, 14, pp. 209–229. doi: 10.1075/sic.14.2.03pos.
- RAE (2009) Real Academia Española and Asociación de Academias de la Lengua (2009). *Nueva gramática de la lengua española*. Madrid: Espasa Calpe.
- Raymond, C. W. (2016a). Linguistic reference in the negotiation of identity and action: Revisiting the T/V distinction. *Language*, 92, pp. 636–670. doi: 10.1353/lan.2016.0053.

- Raymond, C. W. (2016b). Reconceptualizing identity and context in the deployment of forms of address. En Moyna, M. I. & Rivera-Mills, S. (Eds.), *Forms of address in the Spanish of the Americas* (pp. 267–288). Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins. doi: 10.1075/ihll.10.13ray.
- Rodríguez-Virgili, J., López Escobar, E. & Tolsá, A. (2011). La percepción pública de los políticos, los partidos y la política, y uso de medios de comunicación. *Comunicación y Sociedad*, 24, pp. 7–39.
- Serrano, M. J. (2012). El sujeto pronominal *usted/ustedes* y su posición. Variación y creación de estilos comunicativos. *Spanish in Context*, 9, pp. 109–131. doi: 10.1075/sic.9.1.05ser.
- Serrano, M. J. (2017). Going beyond address forms: Variation and style in the use of the second-person pronouns *tú* and *usted*. *Pragmatics*, 27, pp. 87–115. doi: 10.1075/prag.27.1.04ser.
- Serrano, M. J. (2018). Análisis cognitivo-discursivo y situacional de las formas de tratamiento en función de sujeto y de objeto en español. *Spanish in Context*, 15, pp. 103–126. doi: 10.1075/sic.00005.ser.
- Stewart, M. (2003). ‘Pragmatic weight’ and face: Pronominal presence and the case of the Spanish second-person singular subject pronoun *tú*. *Journal of Pragmatics*, 35, pp. 191–206. doi: 10.1016/s0378-2166(02)00083-8.
- Tagliamonte, S. A. (2007). Quantitative analysis. En Bayley, R. & Lucas, C. (Eds.), *Sociolinguistic variation. Theories, methods, and applications* (pp. 190–214). Cambridge: Cambridge University Press. doi: 10.1017/cbo9780511619496.011.
- Weyers, J. R. (2011). *Tú* and *Usted* in Mexican advertising: The politeness systems of written public discourse. *Southwest Journal of Linguistics*, 30, pp. 117–133.
- Xiang, X. (2003). Multiplicity of self in public discourse: The use of personal references in two radio sports shows. *Language Sciences*, 25, pp. 489–514. doi: 10.1016/s0388-0001(03)00022-6.

Supplementary Material: The online version of this article offers supplementary material (<https://doi.org/10.1515/soprag-2019-0007>).