LA TEXTUALIZACIÓN DE LA DESUBJETIVACIÓN: VARIACIÓN ENTRE EL CLÍTICO *SE* Y LA PERÍFRASIS *HABER QUE* + INFINITIVO*

María José SERRANO

Universidad de La Laguna (España)

RESUMEN

En español existen distintos recursos para expresar la impersonalidad o la desubjetivación del discurso, bien sea a través de la no formulación del sujeto, bien sea a través de la ocultación o indeterminación del agente de la acción o evento. En este trabajo se analiza el uso de dos formas desubjetivadoras: el clítico *se* y la perífrasis *haber que* + infinitivo. Los resultados muestran que, en función de la prominencia cognitiva, con estas variantes se crean distintos significados que dan lugar a estilos comunicativos diferenciados en distintos textos y géneros de variada naturaleza.

PALABRAS CLAVE: *cognición, estilo, perífrasis, se, subjetividad, variación.*

ABSTRACT

There exist several grammatical resources to express impersonality or desubjectivization in Spanish, which consist in either omitting the subject or leaving unspecified the agent of the event or action talked about. This paper analyzes two desubjectivizing constructions, namely, the clitic *se* and the periphrasis *haber que* + infinitive constructions. Our findings indicate that, by means of cognitive salience, these variants tend to create diverse meanings that contribute to shape different communicative styles across texts and discursive genres of different kinds.

KEYWORDS: *cognition, periphrasis, se, style, subjectivity, variation.*

Fecha de recepción: 16/01/2019

Fecha de aceptación: 15/03/2019

Fecha de la versión definitiva: 19/03/2019

* 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, Industria y Competitividad (FFI2016-74825P) y por el programa *María Rosa Alonso* de ayudas para el fomento de la investigación en Ciencias Sociales y Humanidades, del Cabildo Insular de Tenerife. Agradezco a Miguel A. Aijón Oliva (Universidad de Salamanca) las observaciones y recomendaciones realizadas al manuscrito.

1. LA IMPERSONALIDAD EN LA GRAMÁTICA ESPAÑOLA

La lengua española, como otras lenguas, posee la capacidad de ocultar o dejar indeterminado el agente de una acción o evento comunicativo. Este agente viene normalmente (aunque no siempre) configurado a través del sujeto de la oración, ya sea léxico o pronominal, que, por otra parte, puede venir representado a través de la desinencia verbal cuando se omite el correspondiente pronombre (*Yo como-Øcomo*).

La ausencia de un elemento morfosintáctico o semántico-pragmático que identifique el agente de un proceso o acción se ha denominado en la gramática española como *impersonalidad*. Se trata de un recurso morfosintáctico con grandes repercusiones discursivas e interaccionales; la no formulación de un sujeto presupone que, por alguna razón, este se ha dejado sin identificación o determinación en la cláusula, oración o emisión.

Se considera oración impersonal a aquella «que no lleva sujeto ni lo posee sobrentendido» (NGLE 2010: § 41.4.1). Las gramáticas tradicionales y otros manuales descriptivos de la morfosintaxis de la lengua española suelen distinguir entre *impersonalidad sintáctica* e *impersonalidad semántica*. Dicha distinción viene dada por una concepción de la morfosintaxis como independiente de la semántica y de la pragmática. Así, una clasificación basada en la separación de los niveles sintáctico y pragmático indicaría que en la cláusula *Llaman a la puerta* no es posible recuperar un sujeto «semántico» (no se sabe quién llama), pero sí es posible coindizar o hacer correferentes la forma verbal *llaman* y la correspondiente desinencia verbal *-an* bien con el sujeto pronominal *ellos*, o bien con uno léxico, por ejemplo, *las mujeres*. Según la tradición, se trata este de un caso de *impersonalidad semántica* puesto que «las oraciones semánticamente impersonales se caracterizan por ocultar el agente o actor de la acción verbal [...] hablar de agentes o actores es hablar de una función semántica, no sintáctica. Normalmente su ocultamiento se debe a intederminación, generalización o encubrimiento pragmático» (Gómez Torrego 1992: 9-10). En las construcciones impersonales en tercera persona del plural, la terminación *-n* no es simplemente un morfema deíctico-anafórico de concordancia, sino un morfema que indica que no es necesario buscar un sujeto o un agente en el contexto donde aparece.

Siguiendo a la tradición, las llamadas *impersonales sintácticas* incluirían construcciones como *Se vive bien en Madrid* o *Hay que madrugar*, para las que no es posible hacer correferente la desinencia verbal con ningún sujeto ni pronominal ni léxico: **Ella se vive bien en Madrid*; **Él hay que madrugar*. Para llevar a cabo esta distinción, se ha considerado que es necesario distinguir entre *sujeto cero* (aquel que no es recuperable léxicamente ni detectable mediante huellas o relaciones referenciales) y *sujeto tácito o implícito* (el sujeto

que es recuperable léxicamente por el contexto o la situación) (Gómez Torrego 1992: 9-10). Si bien no se puede recuperar un sujeto sintáctico en ninguno de estos casos de impersonalidad, existen diferencias entre ellos; el clítico *se* en las construcciones impersonales impide la inferencia de un agente, mientras que la perífrasis *haber que* + infinitivo permite percibir la existencia de uno o varios agentes entre los que se puede incluir pragmáticamente al propio hablante o a otros referentes: *Hay que madrugar* > ‘Yo, tú o varias personas tenemos o tienen que madrugar’.

En la consideración de la impersonalidad en términos universales es importante también tener en cuenta la distinción que puede realizarse entre *agente*, *instigador* y *sujeto* de la acción, lo que al mismo tiempo está relacionado también con la posible referencia humana o no de esos elementos (Siewierska 2008: 8-9), como se verá más adelante. Sin embargo, en español, las desinencias verbales permiten la identificación de un posible sujeto o agente, y esto no ocurre en todas las lenguas. Esto hace que la impersonalidad en esta lengua deba ser analizada de acuerdo con sus propias características gramaticales¹. Otros autores especifican la (in)existencia de posibles referentes humanos, lo que ha dado lugar a la denominación *R-impersonals* (*referentiality-impersonals*) (Siewierska 2011: 57-58) o *Human impersonal pronouns* (Gast y van der Auwera 2014: 121). Bajo esta etiqueta se engloban aquellas construcciones donde se puede recuperar un referente humano sintáctico o pragmáticamente, pero la referencia es pretendidamente genérica o universal, por lo tanto, impersonal. Tal es el caso del pronombre *one* en inglés: «If *one* reads this book, *one* will learn something», de *man* en alemán, o de *uno/una* en español (Flores Ferrán 2008; Ridruejo 1981).

¹ Algunos autores apuntan erróneamente a que la segunda persona con significado genérico o inespecífico es impersonal (Gast *et al.* 2015; Guirado 2011; Posio 2016, 2017, entre otros). El hecho de que la referencia de la segunda persona del singular en estos casos no sea deíctica o referencialmente directa al interlocutor no implica que su referencia sea impersonal, porque un verbo en segunda persona no se puede caracterizar como impersonal. Se trata de una referencia desubjetivadora u objetivadora, pero no impersonal. La desinencia verbal de segunda persona permite recuperar un sujeto: «Cuando Ø estás deprimido, Ø no tienes ganas de nada» > «Cuando *tú* estás deprimido, *tú* no tienes ganas de nada», y el significado objetivador se mantiene en ambas estructuras (con los matices que conlleva el sujeto expreso) (Aijón Oliva 2018; Aijón Oliva y Serrano 2014; Serrano y Aijón Oliva 2014). En cambio, en las construcciones de tercera persona consideradas como impersonales «Ø Llamam a la puerta», la expresión del sujeto «*Ellos* llaman a la puerta» evita la impersonalidad. Por lo tanto, pese a la presencia de una forma verbal conjugada, la tercera persona sí puede clasificarse como una construcción impersonal, entre otras cosas porque la presencia del sujeto haría bastante dificultoso inferir un significado impersonal. No obstante, en el español hablado en Nueva York, como resultado del contacto con el inglés, el uso de *ellos* expreso con valor inespecífico es muy frecuente (Lapidus y Otheguy 2005).

El fenómeno de la impersonalidad, como tantos otros fenómenos morfosintácticos, involucra diversos elementos sintácticos, semánticos y discursivo-pragmáticos que no se pueden deslindar entre sí. En las llamadas oraciones impersonales semánticas, la interpretación impersonal se deriva de un elemento sintáctico de tercera persona como es la desinencia verbal *-n*. La tercera persona, considerada como la *no-persona* por su carácter no deíctico, no indexa a un interlocutor o referente, por lo tanto, se trata de un elemento morfológico muy útil para representar la impersonalidad (Siewierska y Papasthati 2011). Por su parte, la imposibilidad de recuperar un referente en las llamadas *impersonales sintácticas* conlleva importantes repercusiones en el plano discursivo-pragmático. Lo relevante es el significado impersonal que resulta de las construcciones, bien se trate a partir de la ocultación de un agente, o bien a partir de la imposibilidad de recuperar un sujeto léxico o pronominal en determinadas situaciones comunicativas. Así pues, la impersonalidad podría definirse como el proceso de vincular el predicado de un enunciado a un conjunto variado de participantes humanos sin establecer ningún vínculo referencial con alguno de ellos, o con cualquier otra entidad del discurso (Gast y van der Auwera 2014: 126; Blevins 2003).

Los planos morfosintáctico, discursivo, semántico y pragmático constituyen un *continuum* (Serrano 2010) sobre el que se deben estudiar las variantes de naturaleza morfosintáctica, con lo cual carece de sentido la distinción realizada entre impersonalidad semántica e impersonalidad sintáctica. Esta separación puede hacerse en un plano meramente sintáctico-semántico, pero no en el discursivo-pragmático e interaccional, que es el que nos interesa para la presente investigación y el que revela el funcionamiento de la gramática en situaciones reales de uso. Por ello, lo realmente importante para el estudio de la impersonalidad no es distinguir o clasificar sus tipos, sino analizar lo que cada variante puede aportar al discurso. El fenómeno de la impersonalidad es, como tantos otros, un aspecto variable de la gramática española. Las variantes sintácticas conllevan diferencias de significado que se proyectan en todos los planos de la comunicación y que constituyen recursos para la creación de estilos comunicativos (Aijón Oliva 2018; Serrano y Aijón Oliva 2011; Serrano 2011, 2016). Además, el significado de la variación morfosintáctica se explica adecuadamente mediante las nociones cognitivas de la prominencia y de la informatividad (Aijón Oliva 2019: cap. 1; Aijón Oliva y Serrano 2013: 26-31).

En esta investigación la tradicional denominación de *impersonalidad* o *estructura impersonal* se sustituirá por el término *desubjetivación*, ya que se trata de un fenómeno que, en virtud de la prominencia cognitiva, adquiere un significado en el discurso basado en presentar los contenidos de una forma menos subjetiva que otras opciones, o desubjetivadora.

2. LA DESUBJETIVACIÓN COMO FENÓMENO GRAMATICAL Y LA COGNICIÓN

La inherente naturaleza cognitiva de la gramática proporciona importantes explicaciones a la tradicional impersonalidad gramatical. En la interacción discursiva, los elementos más relevantes son las personas o los interlocutores, que construyen la interacción. Esta se reproduce básicamente en torno a las dos primeras personas gramaticales tanto del singular (*yo-tú*) como del plural (*nosotros-vosotros-ustedes*). La tercera persona, por su ausencia de deixis, deconstruye la indexación y apunta a una referencia anafórica². En buena medida, esta referencia no deíctica hace de la tercera persona una forma intrínsecamente *no personal* (Benveniste 1997 [1971]: 164).

Todo ello puede explicarse a través de la prominencia cognitiva, una conceptualización relativa al grado de relevancia que posee o adquiere una unidad en el discurso (Croft y Cruse 2004: 46-50; Langacker 2009: 112). Un elemento será *prominente* si se encuentra activado en el transcurso de la interacción y es fácilmente recuperable a través de otros elementos (Ariel 2001; Gundel, Hedberg y Zacharski 1993), lo cual se relaciona también con la condición de *accesibilidad*. Será prominente si no es necesaria su mención explícita en un momento determinado del discurso, ya que su referente es recuperable o accesible a través de otros recursos discursivo-pragmáticos.

En el siguiente fragmento (1) es posible observar que no es necesaria la formulación del pronombre de segunda persona *ustedes*, ya que es fácilmente inferible o recuperable a través de las desinencias verbales y del clítico *les*.

- (1) yo les recomiendo\que se vayan Ø olvidando de la televisión analógica\y para que nos puedan Ø ver\gracias a Retevisión\van Ø sintonizándonos en TDT\en toda el área metropolitana\y en el sur nos pueden Ø ver\pero en el 90 % de la isla no van Ø a poder ver sin TDT\ (...) pásense Ø a la TDT\les recomiendo que cuanto más pronto mejor\ (CCEC Med12 <Ma10Scan>)

En el ejemplo (2) la referencia a la tercera persona *casa* es asimismo identificable por el clítico o el morfema de concordancia de tercera persona *la*.

- (2) Tenemos una casa en las afueras de la ciudad, *la* estamos remodelando, haciendo reformas, *la* compramos hace un año y estamos viendo cómo podemos mejorar*la* (CCEC <Conv12>)

² Según García Salido (2011: 78): «Las formas pronominales y afijales de tercera persona se emplean como recursos referenciales cuando el hablante tiene la convicción de que su interlocutor no necesita más información de la que estas formas transmiten para identificar una determinada entidad».

La prominencia cognitiva se concreta y matiza además en otros valores, tales como la *perceptibilidad*, la *autonomía* y la *accesibilidad* (véase Aijón Oliva 2019: cap. 1). La perceptibilidad está relacionada con la animacidad y con el grado de individuación de un referente. De acuerdo con ello, la mayor perceptibilidad de un referente se asocia a su construcción como primera y segunda persona: *Yo* como, *tú* comes. La tercera persona es la menos perceptible de todas, precisamente porque conlleva menos animacidad y una menor individuación del referente; de hecho, las terceras personas pueden referirse a cosas o entes inanimados: *La casa está vacía*. La autonomía se refiere tanto a lo sintáctico como a lo semántico en el ámbito de la cláusula, ya que el sujeto se identifica habitualmente con los papeles de agente y experimentador, y el objeto indirecto con este último o con los de receptor, beneficiario o poseedor. Estos papeles pueden considerarse más autónomos que los de paciente y tema, que son los asociados al objeto directo y suponen menor autonomía o mayor afectación. Y ello se refleja en la mayor facilidad de aquellas dos funciones para anteponerse al verbo, y en la mayor frecuencia de concordancia clítica del indirecto. Por último, la accesibilidad se refiere al nivel de identificación que tienen para los participantes las unidades en el discurso. Por lo tanto, un referente será prominente si es accesible o perceptible para el hablante y, supuestamente, lo es también para el oyente.

De acuerdo con todos estos rasgos, es posible establecer un *continuum* de prominencia de las tres personas gramaticales: el referente de la primera persona es más prominente que el de la segunda, y el referente de la tercera es menos prominente que el de las dos anteriores.

FIGURA 1. Continuum de prominencia de las personas gramaticales

Las construcciones impersonales en español se construyen básicamente en torno al rango referencial de la tercera persona. También es factible hacer una distinción según el número de la persona (singular o plural) y la clase de verbo. Muchas de las terceras personas en plural son simplemente terceras personas con referencia indefinida o difusa que se pueden interpretar claramente como impersonales³. Tal es el caso de construcciones

³ De hecho, Benveniste (1997 [1971]: 164) consideró a la tercera persona como la forma que tiene por función expresar la 'no persona'.

como *Vienen a buscarte, Llaman a la puerta, Dicen que va a hacer sol*. Aquellas que se construyen con el singular como *Viene a buscarte, Llama a la puerta, Dice que va a hacer sol* presuponen la existencia de un sujeto o agente de las acciones, por lo tanto, rara vez pueden ser interpretadas como impersonales⁴. Esto último se puede explicar de nuevo en virtud de la prominencia; el plural, al ser menos definido, accesible o perceptible que el singular, es más apto para la creación de un significado impersonal que el singular. Sin embargo, los verbos propiamente impersonales y aquellos de fenómenos meteorológicos admiten el significado impersonal mediante el uso de la tercera persona del singular: *Hace sol, Había muchas personas*. Se han denominado *predicados meteorológicos, unipersonales o terciopersonales*, porque no admiten otra conjugación que no sea la tercera persona del singular (Sánchez López 2016a: 778).

Entre los usos impersonales de tercera persona en español destaca la perífrasis modal *haber que* + infinitivo. Si bien suele constar en el repertorio de estructuras consideradas como impersonales, no ha recibido la suficiente atención hasta el momento más allá de su consideración como perífrasis modal y de obligación (Bravo y García Fernández 2016; Gili Gaya 1980). Por su parte, Gómez Torrego (1992: 37) incluye esta perífrasis entre las llamadas *impersonales sintácticas* porque su sujeto es cero y «puede usarse para dirigirse el hablante a un interlocutor concreto con el fin de animarlo, aconsejarlo o recriminarle algo: *Hay que cuidarse, señor Paco*». La *Nueva Gramática de la Lengua Española* la clasifica como una perífrasis de obligación, si bien matiza que «más que obligación en sentido estricto, la perífrasis indica en ciertos contextos que el hablante acepta como inevitable la situación que se expresa» (NGLE 2010: §28.2.2.d). El *Diccionario panhispánico de dudas* (2005) considera que esta perífrasis funciona «a modo de perífrasis impersonal y significa ‘ser necesario o conveniente’». Su carácter impersonal la ha llevado también a ser caracterizada con un significado de instrucción, obligación, mandato o conveniencia: *Hay que tener cuidado con las horas extras*. Este significado lo adquieren también las construcciones de pasiva refleja o con *se* impersonal (Gallardo 2005: 207). Efectivamente, con *se* es posible indicar instrucción, recomendación o consejo, lo cual coincide en cierta medida con el valor que aporta la perífrasis. En ejemplos como «Eso no *se* toca», «Eso no *se* dice», el clítico *se* aporta a la frase la idea de un significado genérico o de costumbre, que conlleva un valor claramente deóntico (De Cock 2014: 239).

Obsérvese que, en los siguientes ejemplos, este significado está presente no solo en el ejemplo construido con la perífrasis (a), sino también en el ejemplo b).

⁴ No obstante, en algunos corpus inéditos se ha podido confirmar el uso impersonal con el verbo *decir* en singular: «Dice que hay rebajas».

- a) Las verdades *hay que* decirlas, aunque duela
- b) Las verdades *se* dicen, aunque duela

Naturalmente, entre ambas construcciones existen diferencias no solo sintácticas, sino también discursivas y pragmáticas. El valor de modalidad deóntica es inherente a la perífrasis, mientras que *se* lo adquiere solo en determinados contextos y situaciones comunicativas, y el significado que aporta es, en general, mucho más variado. Más adelante se especifica por qué ambas formas se consideran como variantes morfosintácticas.

Además de los usos en tercera persona, la impersonalidad en la lengua española se manifiesta mediante las construcciones con la partícula *se*. Esta partícula constituye un elemento de concordancia subjetiva, ya que *se* (cuando es reflexivo) concuerda con el sujeto, no con la desinencia verbal de la cláusula (Aijón Oliva 2011: 29). En términos generales, el sujeto de la acción en una oración con *se* no es el origen del evento, como sucede en otras estructuras, sino el término, lo cual quiere decir que el evento al que se refiere el lexema verbal revierte de alguna manera en el sujeto o, incluso, que es inherente al mismo y no se proyecta en ninguna entidad externa (Aijón Oliva 2010: 13). La clase más prototípica de *se* es la de las estructuras reflexivas como *Juan se lava*, donde es fácilmente observable que la acción revierte sobre el sujeto de la oración, de modo que *se* concuerda con el sujeto *Juan*. A partir de las construcciones con el clítico reflexivo prototípico se crean otras estructuras variantes donde el sujeto ya no es al mismo tiempo el origen y el término de la acción. Así pues, cuando el sujeto no es el origen sino el término de dicha acción, la construcción se convierte en pasiva-refleja: *Se venden pisos*. En los casos más extremos, *se* deja de concordar con un sujeto y no constituye ni el origen ni el término de la acción, con lo cual da lugar a las estructuras impersonales *Se vive bien en Madrid* (Aijón Oliva 2010: 14). Por lo tanto, el clítico *se* debilita la aparición de un sujeto pronominal (que no léxico) en el caso de las pasivas reflejas y la imposibilita en el caso de las impersonales.

Desde el punto de vista cognitivo, la prominencia del sujeto en las estructuras con *se* reflexivas es más prominente que en las pasivas-reflejas y en las impersonales, en las que, como se ha dicho, el sujeto como origen de la acción se difumina (pasivas-reflejas) o incluso desaparece (impersonales) (Aijón Oliva 2010: 16-17). En ambos casos, a pesar de las diferencias que existen entre estas estructuras, ambas crean estructuras desubjetivadoras, puesto que tienden a evitar la presencia o identificación del sujeto del enunciado o del agente de la acción. Algunas clasificaciones tradicionales de los usos de esta forma han deslindado el *se* como pronombre personal (*se* pronominal) del *se* que no es pronombre personal (*se* no pronominal). En esta última categoría se incluye el grupo de las pasivas reflejas

y las impersonales. Estos casos se han denominado «*se* componente oracional» ya que afectan a toda la oración (Gómez Torrego 1992: 25-31). En cualquier caso, se ha constatado que el clítico *se* es utilizado como marca de pasividad e impersonalidad y que son construcciones fijadas en la tercera persona (Sánchez López 2016b: 2-3). Sin embargo, el rasgo que hace determinante que las construcciones impersonales sean tales es la posible lectura existencial o genérica de la acción. Las construcciones pasivas refleja y las impersonales con *se* no eliminan el agente, sino que lo dejan indeterminado, por lo tanto, ambas construcciones pueden considerarse como impersonales (Alcina y Blecua 1975: § 7.5.3) o, más propiamente según lo explicado, desubjetivadoras.

Por todo lo expuesto, las construcciones con *se* que hemos seleccionado para esta investigación son las que se corresponden con la tradicional clasificación de *pasiva-refleja* e *impersonal*, en las que el sujeto ya no es el origen del evento, sino el término de dicho evento. Son estas las que admiten comparabilidad con la perífrasis *haber que* + infinitivo en tanto que construcciones desubjetivadoras.

3. LA DESUBJETIVACIÓN COMO HECHO DE VARIACIÓN MORFOSINTÁCTICA BASADA EN LA PROMINENCIA COGNITIVA

La manifestación de la desubjetivación o la construcción de la no-persona en español puede considerarse un caso de variación en el plano morfosintáctico, donde las formas constituyen opciones comunicativas con significado distinto. Resulta ya obvio que no se puede seguir manteniendo la identidad de significado para el estudio de las variantes no fonológicas, por más que, incluso en la actualidad, se siga insistiendo en que estas deben ser formas de «decir lo mismo» (Silva-Corvalán y Enrique-Arias 2017: 152-210). Así pues, la desubjetivación puede adquirir una serie de formas morfosintácticas variadas, entre las que destacamos las que siguen. Todas ellas tienen como característica definitoria la de crear recursos que ocultan al sujeto o agente del evento o acción por medio de recursos morfológicos propios del núcleo verbal. Por lo tanto, las principales variantes de la desubjetivación son las siguientes.

- a) El uso de la tercera persona (singular o plural) con sujeto omitido: *Dice(n) que va a llover; Llaman a la puerta*
- b) La perífrasis *haber que* + infinitivo: *Hay/habría/habrà que poner la lavadora*
- c) Las construcciones de pasiva refleja: *Se divulgó la noticia*
- d) Las construcciones con *se* impersonal: *Se vive bien en Madrid*

Como bien se observa, la característica común a todas ellas es la presencia de formas conjugadas en tercera persona, lo cual viene a demostrar que se trata de la forma verbal más representativa de expresar contenidos de no-persona. Otra característica definitoria es la ausencia de un sujeto pronominal⁵, ya sea por imposibilidad sintáctica (casos b (la perífrasis *haber que* + infinitivo), c y d) o bien para conseguir un significado impersonal, como los ejemplos del apartado a).

3.1 *La perífrasis haber que + infinitivo y se como variantes morfosintácticas de desubjetivación*

En la presente investigación estudiaremos la variación existente entre el uso de la perífrasis *haber que* + infinitivo (fundamentalmente su forma en presente *hay que* + infinitivo, por ser la más frecuente) y las construcciones con *se* (las tradicionalmente llamadas pasivas-reflejas y las impersonales). Su estudio se realizará en una variedad de textos y géneros para comprobar cómo se crea la desubjetivación.

Estas formas poseen unos rasgos comunes que justifican su estudio como variantes. Estos rasgos son los siguientes:

3.1.1 Ausencia de sujeto⁶ o agente de la acción o evento descrito

Como característica básica de todas las construcciones desubjetivadoras, el sujeto o agente de la acción o evento descrito queda indeterminado u oculto por alguna estrategia discursiva. Es necesario especificar la distinción que se puede realizar entre *sujeto* y *agente*. El primero es un elemento sintáctico, que concuerda con la desinencia verbal. El segundo se sitúa en la esfera de lo semántico, pragmático y discursivo (NGLE 2010: § 1.12e, 33.3b) y, como es lógico, su identificación puede ser más complicada que la del sujeto. El agente de la acción o evento puede deducirse, intuitivamente o no, de la propia construcción (NGLE 2010: § 41.10p), pero no es algo que pueda delimitarse siempre por medio de procedimientos sintácticos. El sujeto puede tener un referente humano o no (los pronombres personales en función de sujeto tienen referente humano y/o animado), pero el agente tiende a tener como referente un elemento humano o animado (como es el caso de los animales). Por ello, es frecuente que en las construcciones

⁵ Las pasivas reflejas admiten la presencia de un sujeto léxico *Las ventanas se limpiaron hace poco* o pronombres no personales, como *Estas se limpiaron hace poco*.

⁶ Se refiere al sujeto pronominal o al sujeto con referencia humana o animada.

de pasiva refleja como «La prueba pericial se aceptó» donde existe un sujeto léxico (la prueba pericial), se tiende a formular un agente humano: «La prueba pericial se aceptó por el juez instructor». La tendencia a formular el agente en las construcciones de pasiva refleja es muy notoria en los contextos jurídico-administrativos (NGLE 2010: §41.11h).

Esta distinción entre sujeto y agente permite que algunas construcciones desubjetivadoras puedan construirse con sujeto léxico (como las pasivas reflejas), pero el agente queda indeterminado u oculto. Por medio del uso de *se* la inferencia de un posible agente humano es más difícil o, en cualquier caso, su inferencia es más difusa o no es posible⁷. Sin embargo, el carácter modal de la perífrasis permite percibir de forma más clara un destinatario, y esto viene dado en buena medida por la presencia de un elemento morfológico en tercera persona (*hay*), el cual, aunque sintácticamente impida la concordancia con un sujeto *«Ella hay que hacer la cama», incrementa la prominencia cognitiva (básicamente, la accesibilidad) de un posible agente (véase la figura 2).

Hemos apuntado a que la perífrasis *hay que* + infinitivo, puede permitir la accesibilidad de un agente, que aunque este no se pueda recuperar sintácticamente, sí puede inferirse pragmática o discursivamente⁸. Esa accesibilidad terciopersonal permite la prefiguración semántico-pragmática de un agente e indica de una forma u otra que *alguien, una persona o varias personas* debe(n) realizar una acción: *Hay que lavar los platos; Hay que ser sincero*.

Por su parte, las construcciones con *se* no solo evitan la recuperación sintáctica de un sujeto pronominal, sino también, gramatical y semántico-pragmáticamente, la inferencia de un posible agente. Véase el contraste entre los ejemplos a) y b):

a) En este restaurante *se* lavan los platos

vs.

En este restaurante *hay que lavar* los platos

⁷ Al menos en las tradicionalmente llamadas *impersonales* y *pasivas-reflejas*. No obstante, es posible inferir algún agente humano por medio de otros recursos, como los adverbios agentivos. Tal es el caso de ejemplos como «En esta empresa *se* trabaja *concienzudamente*», que implicaría que *los trabajadores, los empleados, el personal* trabaja(n) *concienzudamente* (NGLE 2010: §41.10p). Pero no solo es posible inferir la presencia de un agente humano en las construcciones con *se* a partir de la presencia de adverbios; en el ejemplo anterior, el sustantivo *empresa* ya permite entender la existencia de un *grupo de personas* que trabajan en la misma. En definitiva, la posibilidad de inferir un agente humano depende del verbo y de los elementos sintácticos con que se combine *se* y también del conocimiento del mundo de los participantes.

⁸ De hecho, la construcción de la interacción entre interlocutores no se concreta necesariamente mediante la presencia de personas gramaticales; puede ser representada por otros elementos o construcciones gramaticales (De Schepper 2015: 147).

- b) Para llegar a tiempo al colegio *se madruga*
 vs.
 Para llegar a tiempo al colegio *hay que madrugar*

Por esta razón, ambas variantes coinciden en ocultar o indeterminar al agente por medio de recursos morfológicos verbales; las construcciones con *se* lo ocultan, lo difuminan o lo dejan indeterminado completamente, pero no así las que contienen la perífrasis *hay que* + infinitivo.

Sin embargo, a esto es necesario añadir que la inferencia o no de un agente vendrá apoyada también por el tipo de verbo de la cláusula; en aquellos pertenecientes a la clase relativa a acción o movimiento el agente se podrá inferir de forma más o menos clara, como en ejemplos del tipo «*Hay que comer* verduras todos los días»; «*Hay que ir* más despacio», en los cuales posibles agentes con referencia humana podrían ser: *Las personas, la población, María y Pedro*, etc. En estos casos, y para estudiar la variación, cabe apuntar que estas estructuras admiten la construcción con el clítico: «*Se come* verdura»; «*Se va* despacio». Por ello, se examinó el tipo de verbo con el que coaparecían las variantes.

3.1.2 El uso de las variantes con verbos con especialización semántica

En principio, y por su mayor capacidad de inferir a un agente, cabría esperar que la perífrasis fuera más frecuente entre aquellos verbos que tienen relación con el sujeto, como los denominados verbos de *acción, estado* y *proceso*, tales como *comer, leer, pasear, crecer, dormir, caer, estar, parecer*, etc. De hecho, a excepción de algunos (como *parecer* y *resultar*), muchos ejemplos del corpus (véase su descripción en el apartado 4) se construyen con verbos de esta clase semántica:

- (3) *Hay que soltar* lastres para seguir avanzando, *hay que trabajar* el apego a la gente, con la casa, con tu ciudad, con tu familia, con tu pareja (CCEC<Var18>)
- (4) *Hay que cuidar* a los amigos, siempre te estarán esperando... (CCEC<Var18>)

Los verbos de acción, estado y proceso también se utilizan con el clítico *se*.

- (5) El iluminador no pierde posiciones. En especial cuando *se busca* un tono más subido de piel es un acierto darse unos estratégicos toques de luz en el lagrimal (CCEC<Var18>)

Sin embargo, la perífrasis aparece también en estructuras con verbos de lengua y pensamiento como *creer, recordar, pensar, hablar*, etc., los cuales permiten también fácilmente la inferencia de un agente.

- (6) Yo creo que nos queda mucho camino que recorrer, pero no sólo en España. *Hay que recordar* que no estamos todos, aunque el crecimiento sigue siendo exponencial: el consumo de las redes sociales y blogs alcanza ya al 75 % de la población internauta (CCEC<Var18>)
- (7) *Hay que pensar* seriamente en la vejez (CCEC<Var18>)

Y, del mismo modo, estos verbos son frecuentes con *se*.

- (8) En principio siempre *se ha pensado* que estar con los débiles era propio de la izquierda, pero ahora ya no se sabe (CCEC<Var18>)
- (9) *Se habla* mucho de la necesidad de encontrar el modelo de negocio de los nuevos medios en Internet... ¿es una tarea que le corresponde a los periodistas? (CCEC<Var18>)

La perífrasis y el clítico *se* suelen aparecer contruidos con verbos de movimiento.

- (10) *Hay que ir* hasta el final y comprender y amar a los enemigos entendiendo lo que esto significa realmente. Sin embargo, en estos tiempos, ¿cómo se convence a alguien de que ser compasivo no es ser débil? (CCEC<Var18>)
- (11) *Se corre* como *se* entrena (CCEC<Var18>)

Aquellos casos de *hay que* + infinitivo y *se* que no permitían la comparabilidad en cuanto a permitir la presuposición o inferencia pragmática de un agente se descartaron del análisis, como, por ejemplo, *necesitar*. *Se necesita*/**Hay que necesitar*; o composiciones perifrásticas como *echar de menos*: *Se les echa de menos*/**Hay que echarlos de menos*, entre otros. De esta forma, nos aseguramos de que un mismo verbo podía admitir las dos variantes y que el tipo de verbo admitía la prefiguración o inferencia de un agente en la estructura perifrástica y lo oculta, difumina o indetermina en la de *se*.

3.1.3 La modalidad

La modalidad de la perífrasis *hay que* + infinitivo es básicamente deóntica, posee una proyección futura y una finalidad conativa sobre la voluntad del hablante. No obstante, este significado, como se verá, posee también diversos matices que adquiere en el uso; en algunos será claramente instructivo, en otros de obligación, de recomendación, de conveniencia e incluso de realce pragmático. El clítico *se* posee una modalidad neutra, basada en la declaración, pero podrá adquirir también significados deónticos, hipotéticos, de recomendación, etc. Todo ello está basado en la mayor o menor ocultación de la acción o del evento, como hemos apuntado.

Así pues, la hipótesis de partida de esta investigación es que estas variantes son diferentes formas de representar la desubjetivación. Los significados que crean las variantes están originados por las propiedades cognitivas inherentes a la gramática. Tal y como se especificó en el apartado 2., la prominencia cognitiva resulta esencial en la determinación de ese significado, sobre todo cuando se trata de variantes que implican una gradualidad en la ausencia de persona en el enunciado o en el contenido (Aijón Oliva 2019: cap. 1; Aijón Oliva y Serrano 2013; Serrano 2011, 2016).

Según los rasgos que caracterizan a estas variantes desubjetivadoras, establecemos distintos niveles de prominencia cognitiva. El siguiente *continuum* ilustra que la perífrasis *hay que* + infinitivo, por permitir la inferencia de un agente, será más prominente que las construcciones con *se*.

FIGURA 2. Continuum de prominencia cognitiva de las variantes desubjetivadoras *hay que* + infinitivo y *se*

La diferencia de prominencia que establecemos entre estas dos variantes dará lugar a distintos significados de la desubjetivación en la interacción comunicativa, como se verá a continuación.

4. METODOLOGÍA Y CORPUS

Para llevar a cabo esta investigación hemos utilizado el *Corpus Interaccional del Español* (310 759 palabras) que contiene variados tipos de texto: una primera sección de textos conversacionales espontáneos (79 544 palabras), otra sección de textos procedentes de los medios de comunicación orales (radio y televisión autonómica canaria) (171 258 palabras), una tercera de textos publicitarios orales y escritos (revistas, periódicos y magazines) (36 658 palabras) y una cuarta de textos obtenidos de redes sociales (Facebook y Twitter) (23 299 palabras). Se trata de un corpus inédito compilado por la investigadora.

Gracias a la variedad de textos de este corpus, ha sido posible obtener ejemplos de las variantes *hay que* + infinitivo y *se* en distintas situaciones comunicativas: mensajes publicitarios orales y escritos, informativos orales,

magazines orales y escritos, reportajes escritos, entrevistas escritas y orales, revistas de entretenimiento, artículos periodísticos, blogs de internet y redes sociales. Con ello analizaremos el uso de estas formas en una amplia naturaleza de textos. Hemos obtenido 920 ejemplos de ambas variantes (565 de *se* y 355 de *hay que* + infinitivo).

Los factores seleccionados como covariantes fueron los siguientes:

- a) *El tipo de discurso (oral o escrito)*. Partimos de la idea de que la naturaleza oral o escrita del enunciado puede ser determinante para usar una u otra variante. Como recurso gramatical y discursivo, la desubjetivación puede implicar gradualmente la ausencia de un interlocutor o audiencia, lo cual puede estar promovido por cada tipo de discurso. Las situaciones orales tienden a ser más interactivas que las escritas, si bien algunos textos escritos, como los de las redes sociales, suelen alcanzar niveles elevados de interacción real entre participantes.
- b) *El género textual (anuncio, artículo periodístico, cartas, debates, entrevistas, informativos, magazines, reportajes y redes sociales)*. Por tener unas características preestablecidas, el género textual puede ser un factor que covaríe con el uso de las variantes de la desubjetivación, en función de la mayor o menor ausencia de la persona requerida en cada uno de ellos y por las distintas posibilidades interactivas de cada género.
- c) *Ámbito comunicativo (internet, blogs, Facebook, Twitter, revistas del corazón, revistas, periódicos, televisión y radio)*. Este factor se seleccionó con el fin de observar la incidencia de las variantes en unos canales de comunicación más genéricos o amplios que los del apartado b).

El análisis se realizará desde una perspectiva cualitativa y cuantitativa. Además del estudio de las propiedades cognitivas de las variantes señaladas anteriormente y el significado que mediante ellas adquieren en los textos, se estudiará su distribución sociosituacional mediante un análisis cuantitativo realizado con el paquete estadístico *Rbrul* (Johnson 2009). Este modelo estadístico analiza la variación como el resultado de la interacción entre factores fijos y aleatorios, lo cual constituye una novedad con respecto a modelos de regresión anteriores como las distintas versiones de *Varbrul* o *GoldVarb*. Mediante los porcentajes y pesos que arroja el programa, es posible conocer la significatividad de los factores que covarían con las variantes que se van a estudiar. De forma general, los valores situados por encima de la cifra de .50 se consideran como significativos o favorecedores de una variante, mientras que los que están por debajo de esa cifra se consideran como no significativos. La relación entre los elementos covariantes puede

no ser independiente (Johnson 2013: 302-303), por lo tanto, el modelo de efectos mixtos prevé también la posibilidad de analizar variables continuas y factores concretos considerados como aleatorios (Gorman y Johnson 2013: 226; Tagliamonte y Baayen 2012). Esto constituye una ventaja, puesto que el modelo mixto de regresión solo otorgará significación a un factor si su efecto es más fuerte que el ejercido por otros factores agrupados (Johnson 2009: 365).

Para el análisis cuantitativo los factores covariantes se tuvieron en cuenta como factores fijos. No obstante, consideramos que, si bien un estudio estadístico de las variantes puede proporcionar interesantes datos acerca del alcance de la variación, en esta investigación esos resultados se combinarán con los que se obtengan del estudio cualitativo y en cierta medida estarán supeditados a ellos. Como bien señala Tagliamonte (2011: 157), lo importante en los estudios de variación es la dirección explicativa que se proporcione a los datos obtenidos mediante los procedimientos cuantitativos.

5. VARIACIÓN ENTRE *SE* Y *HAY QUE* + INFINITIVO

Una primera cuantificación general de las dos variantes de la desubjetivación analizadas proporciona los siguientes resultados. Como era de esperar, la forma *se* es mucho más frecuente que la perífrasis, ya que posee un significado más general y con más posibilidades contextuales que esta. De 920 ejemplos, más de la mitad procede de esta variante, mientras que el 38,6 % son casos de la perífrasis.

TABLA 1. *Porcentajes generales del uso de cada variante desubjetivadora*

	Casos	%
<i>Se</i>	565	61,4
<i>Hay que</i> + infinitivo	355	38,6
Total	920	

Aunque ambas son variantes desubjetivadoras, como ya hemos apuntado, su significado es distinto: *hay que* + infinitivo da mayor prominencia al agente implícito que *se*, de forma que el uso de cada una vendrá condicionado por este valor inherente, que hará más adecuada su aparición en diversas situaciones comunicativas.

Los siguientes ejemplos, ambos de entrevistas escritas, muestran las diferencias entre el uso de una y otra forma. En (12) se observa que la pregunta

se formula con la variante *se* y la respuesta comienza con el uso de la misma forma desubjetivadora, pero la entrevistada prosigue contestando la pregunta mediante el uso de la primera persona. El entrevistador (A) ha formulado la pregunta en modo impersonal, pero la entrevistada (B) ha contestado en forma personal.

- (12) A: ¿**Se** fomenta en vuestra redacción el uso de las redes sociales entre los periodistas?
 B: **Se** fomenta por parte del director, de la redactora jefe, de mí misma... todos somos libres de abrirnos nuestra cuenta de Twitter y estoy segura que nada le haría más ilusión a mis jefes. **Yo** misma tengo mi propia cuenta de Twitter, donde, al ser personal, **tuíteo** lo que **quiero** sin ninguna clase de censura (CCEC<Var18>)

En cambio, en este otro fragmento, el entrevistador formula la pregunta con la forma *se* y el entrevistado contesta también mediante el uso de esta variante. Tanto la pregunta como la respuesta se desarrollan en un tono meramente descriptivo-informativo y no personal.

- (13) A: ¿Qué municipios **se** escogieron?
 B: **Se** invitó a participar a los candidatos de los partidos con representación en las corporaciones municipales de los 25 municipios más poblados de la Comunidad de Madrid. En algunos casos particulares también **se** incluyó en los debates a los representantes de partidos sin representación, pero con expectativas de conseguirla el 22-M. (CCEC<Var18>)

El contraste entre ambos fragmentos resulta bastante claro; la variante *se* evita o bloquea la interpretación de un agente *de la acción o el evento* lo cual constituye un recurso muy útil en la interacción comunicativa, que contrasta con el uso de las formas personales. Ello puede explicar su alta frecuencia de uso en comparación con la de la perífrasis *hay que* + infinitivo.

En este otro ejemplo de una entrevista, el entrevistado comienza utilizando la primera persona, prosigue con el uso de *se* y termina con la perífrasis *hay que* + infinitivo. Se produce una progresión; a la expresión de la opinión (*Para mí...*) se añade un dato general (*Eso se hizo...*) y se termina con una recomendación o instrucción (*Hay que recuperarlo*).

- (14) **Para mí** ha sido un viaje para recuperar la electricidad en las músicas de raíz. Eso **se** hizo con el flamenco de los 80 y **hay que** recuperarlo para poner de acuerdo el pasado y el futuro (CCEC<Var18>)

Las frecuencias indican que la perífrasis es mucho menos frecuente que el uso de *se*. La construcción *hay que* + infinitivo sugiere una prevalencia de autoridad del hablante, que adquiere cierto principio de autoridad que proyecta sobre un interlocutor o audiencia basándose en una costumbre,

deseo, ley, instrucción, mandato, obligación o conveniencia. Parte de presuposiciones basadas en el mundo y las convierte en objeto de instrucción (Kratzer 1991). Por lo tanto, posee un significado más pragmáticamente marcado y específico que *se*.

Realizamos una nueva cuantificación para conocer qué tipo de discurso puede propiciar el uso de una u otra forma. En principio, y de acuerdo con los valores definidos anteriormente, se podría esperar que la perífrasis fuera más frecuente en las interacciones orales, debido a que presupone la existencia de *alguien que debería hacer algo*, con lo cual se produce una proyección sobre otro participante de la comunicación, preferentemente presente. De hecho, su uso en conversaciones espontáneas es muy usual⁹. Sin embargo, los porcentajes y los pesos indican que tanto los textos orales como los escritos tienden a covariar con *se*, si bien la frecuencia de esta forma es mucho más elevada en los orales. En cuanto al uso de la variante *hay que*, parece estar más relacionada con los textos escritos que con los orales.

TABLA 2. *Porcentajes y pesos probabilísticos del uso de cada variante en textos orales y escritos*

<i>Tipo de texto</i>	<i>Se</i>		<i>Hay que + infinitivo</i>		<i>Total</i>
	%	<i>Pesos</i>	%	<i>Pesos</i>	
Textos escritos	309 (54,7 %)	0.548	255 (45,2 %)	0.452	564
Textos orales	256 (71,9 %)	0.719	100 (28 %)	0.281	356
Total	565		355		920

Hay que:
n df intercept overall proportion centered input prob
920 2 -0.566 0.386 0.362

Se:
n df intercept overall proportion centered input prob
920 2 0.566 0.614 0.638

Estos datos se explican no solamente porque la forma *se* es más frecuente que *hay que + infinitivo*, sino también por la naturaleza de los textos orales de los que se compone esta sección del corpus. No son textos espontáneos, sino planificados, por lo tanto, el destinatario de la instrucción o la obligación es ideal, no está suficiente determinado o no está presente. Solo en

⁹ En la sección conversacional del corpus encontramos ejemplos como «¿Lo hacemos hoy o mañana? Cuando quieras, **hay que** comprar la verdura»; «Y vuelve rápido que **hay que** hacer la maleta» (CCEC<Esp1718>).

algunos casos la instrucción se realiza hacia un interlocutor concreto, como el ejemplo (15), en el que un periodista de un magazine se dirige a otra periodista presente en el programa para darle una recomendación.

- (15) ...10 segundos solamente\ **hay que** decirle/ como ha apuntado Lidia, a esta señorita\ pero nadie se acordará\ que las únicas oportunidades profesionales las ha tenido en esta casa\ (CCEC<Var18>)

Debido también a la inexistencia de una interacción completamente espontánea, el valor de instrucción o recomendación se convierte en una obligación de carácter generalizador, como en (16), un ejemplo de un magazine en el que el participante utiliza la perífrasis para presentar una idea que debería adoptar todo el mundo y en la que se infiere que el propio hablante está también de acuerdo. De hecho, el agente que puede implicar la perífrasis puede referirse también al hablante, el cual se incluye también en el contenido del enunciado.

- (16) Si eso/ si María no baja al mundo real eso [...] si no existe nada más que eso\ eso **hay que** convertirlo en la vida cotidiana\ en la realidad\ (CCEC<Var18>)

No obstante, la variante *hay que* + infinitivo, por su carácter desubjetivador, se puede utilizar también para evitar la responsabilidad del participante que habla sobre el contenido. En el siguiente fragmento de entrevista oral, el entrevistado responde con una opinión sobre un tema controvertido. Como se observa, el uso de la perífrasis hace que su idea conste como juicio general y no como algo personal.

- (17) Vengo a contradecir todas tus tesis sobre la prostitución\ lo primero que **hay que decir** es que la prostitución es un negocio millonario que mueve miles de millones en todo el mundo y que la única mercancía es la mujer\ (CCEC<Var18>)

De hecho, construcciones como *hay que decir*, *hay que ser tonto*, o *hay que fastidiarse*, muy comunes en las conversaciones espontáneas, han perdido parte de su significado y se encuentran casi pragmaticalizadas (Gómez Torrego 1999).

La menor incidencia de esta variante en los textos orales analizados en esta investigación se debe a su mayor prominencia con respecto a la variante *se*. Su significado claramente modalizador, de instrucción u obligación implica que alguien debe ejercerla o ejecutarla. La perífrasis prefigura un agente, y esta situación es más propicia cuando los participantes están presentes, sobre todo en las interacciones espontáneas. No obstante, como se observa en los ejemplos anteriores (16) y (17), resulta muy útil para expresar valores y contenidos que pueden considerarse como de conve-

niencia general en textos orales con una relativa planificación, como lo son las entrevistas y los magazines.

El ejemplo (18) forma parte del enunciado de una entrevista oral, mientras que (19) pertenece a un magazine oral, (20) a un debate y (21) a un informativo. En todos ellos, el uso de *se* dota al enunciado de un carácter claramente desubjetivador.

- (18) Demostraremos\ que muchas cosas que **se** dicen no **se** sostienen en nada\
(CCEC<Var18>)
- (19) ¿Por qué la policía no acude cuando sabe que **se** ha cometido un delito?/
(CCEC<Var18>)
- (20) Si **se** pidieran los servicios mínimos no tendríamos que estar pidiendo nada\
(CCEC<Var18>)
- (21) Nosotros en Canarias**se** tiene que decir**se** tiene que buscar una inversión global\
(CCEC<Var18>)

En el discurso escrito el uso entre ambas variantes está más equilibrado, aunque predomina también el uso de *se*. El fragmento (22) forma parte de una entrevista escrita, en la que tanto el entrevistador como el entrevistado utilizan esta variante para referirse a un hecho pretendidamente general y conocido por ambos.

- (22) A: **Se** habla mucho de la necesidad de encontrar el modelo de negocio de los nuevos medios en Internet... ¿es una tarea que le corresponde a los periodistas?
- B: **Se** habla mucho y se hablará mucho más porque aún queda tiempo para encontrar la fórmula. Es más, no creo que haya una única forma
(CCEC<Var18>)

En las revistas denominadas del *corazón*, es posible representar cualidades, actos o acciones comunes de aplicación universal mediante el uso de *se*. El ejemplo (23) indica un consejo de belleza capilar en un reportaje de una publicación de estas características. En este tipo de texto, no sería útil la presentación de la recomendación en forma de obligación, sino más bien de recomendación general, por lo que la forma más apta parece ser la modalidad declarativa que proporciona *se*.

- (23) También **se** puede utilizar un acondicionador específico para este tipo de cabello (CCEC<Var18>)

En el mismo sentido, en el ejemplo (24) un experto contesta a la consulta de un lector sobre un aspecto de la educación de su hijo. Aunque hubiera sido posible el uso de la perífrasis, con el uso de *se* se minimiza el efecto intromisivo o de obligación que hubiera proporcionado la perífrasis: No *hay que* desautorizar...

- (24) No **se** ha de desautorizar nunca a las personas que se encargan de su educación (CCEC<Var18>)

El ejemplo (25) es el título de un pequeño artículo de recomendación culinaria, que, si bien comienza con la indexación de un posible lector, ¿*Quieres?*, continúa de una forma claramente desubjetivadora. Es obvio que una alternativa a este enunciado podría haber sido «¿*Quiere(s) freír muy bien los huevos* sin que la yema quede cuajada completamente?» en la que el lector se presentaría como agente del enunciado.

- (25) ¿Quieres que los huevos **se** frían muy bien sin que la yema quede cuajada completamente? (CCEC<Var18>)

En textos escritos de esta naturaleza donde la audiencia es amplia y variada, el uso de *se* y la ausencia de un sujeto o agente hace que el contenido pueda interpretarse de una forma universal y general.

El uso de esta variante se extiende también a los anuncios publicitarios, donde se utiliza para presentar y exaltar las bondades y beneficios del producto anunciado (Serrano 2018a). En el ejemplo (26) el mensaje publicitario oral se presenta como un diálogo entre hermanos, y termina con un enunciado no personal construido con *se*, que constituye la parte más importante del mismo. La inexistencia de una referencia personal de *se*, y que este concuerde con *Colacao* permite que la atención informativa de este anuncio se centre sobre el producto.

- (26) A: ¿Qué haces? / es que me voy de excursión y quiero llevar mi Colacao\
B: Ay enano\ que no te enteras, el Colacao que **se** lleva es este\
(CCEC<Pub17>)

En textos escritos similares, se utiliza también la perífrasis *hay que* + infinitivo. El siguiente ejemplo es una contestación que ofrece un especialista a una consulta médica en una revista divulgativa. Como tal, ejerce como autoridad en el tema y propone una solución en términos de obligación. Se observa claramente que la inferencia de un agente es posible: «lo primero que *tiene que* hacer *usted* es...». Esto podría venir dado por la naturaleza del texto, que fomenta el uso de una instrucción o recomendación.

- (27) Lo primero que **hay que** hacer es descartar que tenga un problema de oídos (CCEC<Var18>)

En el ejemplo (28) la reproducción de la contestación de una entrevistada en una entrevista escrita se introduce con esta variante, como un modo de indicar que lo que está señalando debe ser compartido por todos. De nuevo, al tratarse de un importante aspecto de salud, el participante añade fuerza pragmática a su emisión mediante el uso de la perífrasis.

- (28) Sí, **hay que** seguir apostando por erradicar el cáncer, que hace poco se llevó a una amiga mía con tan solo 36 años (CCEC<Var18>)

Este otro ejemplo procede de un titular de periódico, donde la perífrasis indica claramente una obligación o instrucción que debería ser supuestamente compartida por todos los lectores, si bien dicha instrucción está emitida por una tercera persona (Alberto Ibáñez).

- (29) Alberto Ibáñez: '**hay que** extender la garantía juvenil para favorecer el empleo joven' (CCEC<Var18>)

Las diferencias de significado hacen a cada variante más proclive a ser utilizada en unos textos o en otros. En principio, la variante *se* es apta para enunciados orales o escritos (aunque ligeramente más para los orales), mientras que el uso de *hay que* + infinitivo parece estar más relacionado con los textos escritos.

Para profundizar en estos resultados es importante analizar el género textual en el que aparece cada una de estas formas (Tabla 3).

TABLA 3. *Porcentajes y pesos del uso de se y hay que en distintos géneros textuales*

<i>Género</i>	<i>Se</i>		<i>Hay que</i>		Total
	%	<i>Pesos</i>	%	<i>Pesos</i>	
Anuncios	123 (100 %)	1.000	0	0.000	123
Artículos periodísticos	30 (23,5 %)	0.234	98 (76,5 %)	0.766	128
Cartas	4 (2,6 %)	0.667	11 (7,4 %)	0.333	15
Debates	93 (74 %)	0.738	33 (26 %)	0.262	126
Entrevistas	74 (70 %)	0.705	31 (30 %)	0.295	105
Informativos	62 (83 %)	0.824	13 (18 %)	0.176	75
Magazines	97 (68,3 %)	0.683	45 (31,7 %)	0.317	142
Reportajes	36 (84 %)	0.837	7 (16 %)	0.163	43
Redes sociales	46 (28,2 %)	0.282	117 (71,8 %)	0.718	163
Total	565		355		920

Se:
n df intercept overall proportion centered input prob
920 12 3.464 0.614 0.97

Hay que:
n df intercept overall proportion centered input prob
920 12 -3.464 0.386 0.03

Al ser la variante más frecuente y el recurso más extendido para expresar enunciados desubjetivadores, *se* aparece en todos los géneros analizados. En los anuncios publicitarios su uso es categórico; ni un solo caso de los analizados contiene la variante *hay que* + infinitivo. La construcción de enunciados en forma desubjetivadora en el discurso publicitario puede hacer que la función comunicativa de la persuasión funcione de forma más efectiva, al presentar los enunciados de forma general (Serrano 2018b). Además, el valor de obligación futuro que conlleva la perífrasis podría no ser apto para enunciados publicitarios, puesto que se enmarcarían en el plano de la irrealidad o de la obligación y lo que se pretende en el discurso publicitario es la persuasión basada en hechos presentados como objetivos.

En el ejemplo (30) el anuncio indica una observación de alcance universal «Las arrugas *se* pueden eliminar» para enfatizar de forma indirecta los beneficios de un producto que supuestamente las elimina. No sería efectivo para el producto anunciado utilizar una perífrasis deóntica: *Hay que eliminar las arrugas*, sino más bien dotar al anuncio de un enunciado en la modalidad declarativa, que proporciona una mayor persuasión, por estar basada en la afirmación.

(30) Las arrugas **se** pueden eliminar. Descubre cómo (CCEC<PubMed17>)

La elevada frecuencia de esta variante se muestra también en los reportajes e informativos, así como en los debates, las entrevistas y los magazines. Con respecto al género *cartas*, la escasez de ejemplos impide alcanzar conclusiones definitivas.

Se es una forma muy útil para dar consejos o recomendaciones en los reportajes o simplemente para dar a conocer ideas de interés general. En los informativos, como géneros dedicados a divulgar las noticias, es lógico el elevado uso de *se*, por su claro valor desubjetivador, como se observa en los ejemplos (31) y (32).

- *Informativo*

(31) En Canarias (...) **se** tiene que decir, **se** tiene que buscar una inversión global (CCEC<Var18>)

- *Informativo*

(32) Nuestro titular de hoy es: “**Se** abarata el despido” (CCEC<Var18>)

Aunque son géneros con un mayor nivel de interacción, *se* aparece también en buena medida en los debates y en las entrevistas. En los siguientes ejemplos observamos que enunciados personales como *nos encontramos* (33) o *yo... estoy* (34) se combinan con cláusulas desubjetivadoras construidas con *se*. Esta variante aparece en las partes más informativas de los enunciados *se viene anunciando* (33) y *no se puede tolerar* (34).

- *Debate*

- (33) **Se** viene anunciando una situación de riesgo debido a la situación sísmica en la que **nos encontramos** (CCEC<Var18>)

- *Magazine*

- (34) **Yo** en ese sentido **estoy** de acuerdo que no **se** puede tolerar lo que ha ocurrido en Valencia (CCEC<Var18>)

En cambio, la variante *hay que* + infinitivo abunda en los artículos periodísticos y en las redes sociales. Es muy usual en los titulares del primer género. Los ejemplos (35) y (36) son titulares de artículos deportivos en los que el uso de la perífrasis da a entender que el artículo tendrá un contenido argumentativo, puesto que el titular indica la existencia de un participante que debería realizar una acción por algún motivo, como *hay que aprender...* y *hay que respetar...* El uso de la perífrasis en estos titulares actúa como un elemento estimulante para la lectura del artículo, pues el significado deóntico que aporta implica la existencia de alguna otra circunstancia que puede resultar de interés para el lector.

- *Artículo periodístico (titular)*

- (35) **Hay que** aprender de nuestros errores. Quizá no ser tan bondadosos en dejar ir tantos jugadores a la Selección (CCEC<Var18>)

- *Artículo periodístico (titular)*

- (36) Pau Gasol: “**Hay que** respetar a los dioses del baloncesto” (CCEC<Var18>)

Asimismo, en otro tipo de artículos periodísticos escritos, la variante *hay que* en el titular incita al lector a proseguir con la lectura del artículo, dándole a entender mediante el titular que las instrucciones le reportarán un beneficio, como se aprecia en los ejemplos (37), (38) y (39).

- *Artículo periodístico (titular)*

- (37) ¿Eres supersticioso?: 15 cosas que no **hay que** hacer en Año Nuevo (CCEC<Var18>)

- *Artículo periodístico (titular)*

- (38) Lo que **hay que** tener en cuenta a la hora de comprar Lotería de Navidad (CCEC<Var18>)

- *Artículo periodístico (titular)*

- (39) Todo lo que **hay que** saber sobre la presión arterial alta (CCEC<Var18>)

Como hemos señalado, esta variante, por su mayor prominencia cognitiva con respecto a *se* (y posiblemente con respecto también a otras formas

sin implicación personal), presupone la presencia o inferencia de un agente ideal, o alguien que deba realizar una acción, por ello es también muy frecuente su uso en el cuerpo de los artículos de opinión, argumentativos o de divulgación, como se observa en los ejemplos (40) y (41).

- *Artículo periodístico*

- (40) **Hay que** entender que monitoreamos y prevemos la posibilidad con años de antelación y ahí radica nuestra seguridad. La probabilidad de un impacto que no veamos venir es muy bajo, sí; sin embargo, las consecuencias pueden ser inimaginables (CCEC<Var18>)

- *Artículo periodístico*

- (41) Para controlar la hipertensión no **hay que** eliminar la sal de las comidas, sino el azúcar (CCEC<Var18>)

El valor de obligación e instructivo de la perífrasis se convierte también en un recurso idóneo para proporcionar recomendaciones o consejos. En los textos de las redes sociales es muy habitual encontrar enunciados de esta naturaleza, que pretenden instruir o recomendar sobre cuestiones emocionales. Véanse los ejemplos (42) y (43).

- *Texto de red social*

- (42) Hay gente que le tiene miedo a la soledad. Le aterra, le da miedo, y le hace sufrir. Porque creen que para ser feliz **hay que** tener compañía. Pues no, para ser feliz **hay que** estar en paz (CCEC<Var18>)

- *Texto de red social*

- (43) **Hay que** querer mucho a alguien para pensar que te extraña, aunque se conecte y no te escriba (CCEC<Var18>)

Algunos de estos mensajes se acompañan de un saludo final, lo que acentúa la intención de interactuar con los posibles lectores o seguidores de la red social.

- *Texto de red social*

- (44) **Hay que** tener momentos para enfocarnos en nuestro mundo interior y de las cosas importantes que son prioridad en nuestra vida. Feliz martes! (CCEC<Var18>)

Asimismo, se han obtenido también publicaciones personales en grupos dedicados a actividades concretas, como el ejemplo (45), un enunciado en un grupo culinario de una red social.

- *Texto de red social*

- (45) El plato, si es de cerámica se puede romper. **Hay que** tener cuidado (CCEC<Var18>)

Estos resultados coinciden con lo obtenido en la Tabla 1, donde se obtuvo una mayor frecuencia de uso de *hay que* + infinitivo en textos escritos. Su mayor prominencia, que indica al mismo tiempo una instrucción por parte del hablante y un cumplimiento u obligación por parte del oyente o audiencia, lo hace muy útil para los textos escritos, donde el interlocutor o audiencia están *in absentia* (Calsamiglia y Tusón 1999: 75). El hecho de que el participante no esté presente físicamente permite mitigar el impacto que puede conllevar el significado deóntico del uso de la perífrasis, que en situaciones orales con participantes presentes podría llegar a ser descortés o intromisivo para el interlocutor.

Una nueva cuantificación referida a los ámbitos de comunicación donde se usan las variantes refrenda que esta forma tiende a aparecer en géneros escritos, sobre todo aquellos donde se presupone un amplio número de lectores, y que presuponen una cierta interacción. Tal es el caso de los blogs de internet y de las redes sociales Facebook y Twitter, donde se obtienen los mayores índices de uso de la perífrasis (Tabla 4).

TABLA 4. *Porcentajes y pesos de las variantes se y hay que + infinitivo según el ámbito de comunicación*

	<i>Se</i>		<i>Hay que</i>		Total
	%	<i>Pesos</i>	%	<i>Pesos</i>	
Internet	9 (50 %)	1.000	9 (50 %)	0.000	18
Blogs	9 (22,5 %)	0.225	31 (77,5 %)	0.775	40
Facebook	89 (52,7 %)	0.527	80 (47,3 %)	0.473	169
Twitter	44 (53,7 %)	0.537	38 (46,3 %)	0.463	82
Rev. corazón	89 (80,8 %)	0.840	21 (19,2 %)	0.160	110
Revistas	35 (100 %)	1.000	0	0.000	35
Periódicos	34 (31,7 %)	0.318	73 (68,3 %)	0.682	107
Televisión	204 (68,9 %)	0.736	92 (31,1 %)	0.264	296
Radio	52 (82,5 %)	0.724	11 (17,5 %)	0.276	63
Total	565		355		920

Se:
n df intercept overall proportion centered input prob
920 13 -1.212 0.614 0.229
Hay que:
n df intercept overall proportion centered input prob
920 13 1.212 0.386 0.771

En los blogs, así como en las redes sociales y en los titulares de periódicos, el significado que proporciona *hay que* + infinitivo es muy apropiado, ya que puede proporcionar consejos útiles, como se observa en el ejemplo (46).

- (46) ¿Qué **hay que** hacer si se recibe un código CI@ve PIN de la Agencia Tributaria que no se ha solicitado? (CCEC<Var18>)

Las frecuencias de las dos variantes en las redes sociales analizadas están bastante próximas, lo cual puede ser debido a que la forma *se* es en general más utilizada que *hay que* (véase Tabla 1). Además, es de destacar el alto porcentaje y peso de esta variante en las revistas del corazón. Si bien se trata de textos escritos, la naturaleza de este tipo de revistas, básicamente dedicadas a la descripción de eventos y cuestiones de sociedad, además de reportajes de salud, cocina, etc., no comporta la necesidad de dar instrucciones, consejos o recomendaciones directas, por lo tanto, a excepción de las entrevistas (como el ejemplo (47)), no es una variante usual en este ámbito de comunicación, si bien obtiene una ligera frecuencia (19,2%). Esta misma razón justifica la ausencia de casos de perífrasis en la categoría *revistas*.

- (47) **Hay que** hablar mucho con los niños para que no nos engañen nunca y nos cuenten sus problemas, cuando se enamoran o no (CCEC<Var18>)

Como se señaló anteriormente, *se* predomina en los reportajes, la mayoría de los cuales están publicados en las revistas del corazón.

- (48) **Se** trata de una enfermedad inflamatoria crónica que afecta a las mucosas [...] **se** ha visto algún caso tras la vacunación de la gripe o la Hepatitis B y por el contacto con materiales mecánicos (CCEC<Var18>)

6. LOS ESTILOS COMUNICATIVOS Y LA DESUBJETIVACIÓN

Cuando la gramática ofrece distintas posibilidades de describir la realidad, la elección del hablante puede ser indicativa de un enfoque orientado cognitivamente hacia la objetividad/subjetividad (Israeli 1997: 14; Scheibman 2001: 61) que implican al hablante en mayor o menor medida en sus elecciones lingüísticas (Brems, Ghesquière y Van de Vende 2014: 2; Cornillie y Delbecque 2006). La subjetividad conceptualiza la realidad desde el punto de vista de los sujetos y, consecuentemente, desplazada de los objetos (Croft y Cruse 2004: 91-93; Cuenca y Hilferty 1999: 162-167).

Las variantes de la desubjetivación analizadas constituyen recursos de significado que los participantes utilizan para perseguir unos objetivos comunicativos. La selección de *se* o *hay que* + infinitivo en cada texto implica, de forma consciente o no, que con cada una de ellas se construye un estilo comunicativo, basado en la propiedad cognitiva de la prominencia.

La variante *se*, menos prominente que la perífrasis, proporciona un significado claramente desubjetivador, donde el agente queda indeterminado u oculto. Construye, por lo tanto, un estilo desubjetivador, que neutraliza la presencia de la persona, y que es apropiado para textos como los informativos, algunas partes de los debates y de las entrevistas, la publicidad¹⁰, y los reportajes de las revistas del corazón. En suma, se utiliza en los textos donde el contenido se presenta de forma general, y donde la audiencia se considera también amplia e indeterminada. No obstante, al tratarse de una forma muy frecuente de desubjetivación, es posible encontrarla en cualquier tipo de texto, siempre que se quiera proporcionar un significado desubjetivador a una parte del enunciado. Por tanto, aquellos contenidos que se quieran expresar de forma completamente desubjetivadora, se construyen mediante la forma *se* tanto en textos orales como escritos, puesto que su significado cognitivo-discursivo, a diferencia de la perífrasis, dificulta la interpretación de un agente o, al menos, su identificación pragmática es mucho más difícil de lo que podría ser si se hubiera utilizado la perífrasis.

La mayor presencia de la perífrasis *hay que* + infinitivo en artículos periódicos de opinión y, sobre todo, en textos de las redes sociales, viene dada por la propia naturaleza de estos textos, donde se presupone que existe un participante ideal que puede recibir o necesitar una recomendación, instrucción u obligación, valores pragmáticos que, desde luego, son menos esperables en otro tipo de textos, como los informativos. En virtud de la prominencia, el hablante adopta una actitud deóntica, que presupone o permite la inferencia de dos participantes. Ese principio de autoridad ejercido por el hablante podría resultar amenazante para el oyente o audiencia, por eso su uso podría estar más restringido que el del clítico *se*. Debido a la consecuente prefiguración de un posible agente destinatario de la obligación o instrucción, la variante *hay que* + infinitivo tiende a construir también textos desubjetivadores, pero al mismo tiempo de naturaleza deóntico-subjetiva. Este valor deóntico viene dado por la autoridad que adopta el hablante cuando utiliza esta construcción (Palmer 2001: 70). De hecho, la modalidad deóntica puede indicar un grado de subjetividad (Lyons 1977: 799; Vázquez Laslop 1999: 9), el cual parece ser más frecuente que la tradicional objetividad que se atribuye a las construcciones tradicionalmente denominadas deónticas (Vázquez Laslop 1999: 7)¹¹.

¹⁰ En la publicidad, la forma personal más frecuente es el paradigma de la segunda persona del singular (*tú, te, a ti* y las correspondientes desinencias verbales de segunda persona). En contraste con la forma *se*, el clítico de segunda persona *te* es mucho más frecuentemente utilizado (Serrano 2018a, 2018b).

¹¹ Según la autora, un enunciado como «No puede venir» tiene dos lecturas deónticas. Una objetiva: «No se permite que venga» y una subjetiva: «Le prohíbo que venga» (1999: 7).

La variante *hay que* + infinitivo tiende a la construcción de un estilo deóntico, basado en la subjetividad. Por ello, es explicable su presencia en textos que tienen una cierta naturaleza interactiva, como las redes sociales y los blogs de internet, en los cuales este significado, que se proyecta sobre algún participante, no constituye una amenaza de obligación para el mismo (como sí podría serlo en las conversaciones espontáneas), sino que se convierte en un consejo, recomendación, instrucción o necesidad general. En el caso de los periódicos, su elevada presencia en los titulares constituye una intención de interacción con el posible lector y de atraer su atención. Crea, por lo tanto, un estilo deóntico-subjetivo, de carácter menos desubjetivador que el que construye la variante *se*.

El siguiente esquema sintetiza los valores que aporta cada una de las variantes para crear estilos comunicativos.

<i>Se</i>	<i>hay que</i> + infinitivo
– prominente	+ prominente
Oculta el agente de la acción o evento	Prefigura un agente de la acción o evento
– asertivo	+ asertivo
– involucra a los participantes	+ involucra a los participantes
– autoridad del hablante sobre interlocutor o audiencia	+ autoridad del hablante sobre interlocutor o audiencia
+ contenido universal o general	+ instrucción
	+ obligación
	+ recomendación
	+ conveniencia
<i>Estilo + desubjetivador</i>	<i>Estilo – desubjetivador</i>

7. CONCLUSIONES

Del análisis de las formas *se* y *hay que* + infinitivo podemos concluir que las variantes morfosintácticas constituyen elecciones de significado que contribuyen a la creación de estilos comunicativos que se distribuyen en distintas situaciones, discursos y géneros. Ello es debido fundamentalmente a la base cognitiva que subyace a la variación; en este caso los distintos niveles de prominencia de cada una de las variantes conforman un significado distinto de la desubjetivación. La forma prototípica es *se*, en la que el agente o el origen del evento queda indeterminado, mientras que la perífrasis

hay que + infinitivo permite la prefiguración de un agente, destinatario de la obligación, consejo, recomendación o necesidad que implica.

Cada variante se utiliza en distintos géneros y ámbitos comunicativos orales y escritos y cada una de ellas da lugar a un estilo comunicativo diferente. *Se* promueve un significado claramente desubjetivador, en virtud de su menor prominencia cognitiva, mientras que la perífrasis *hay que*, más prominente, tiende a construir un estilo deóntico-subjetivo, por lo tanto, menos desubjetivador que el clítico *se*. El primer estilo aparece en casi todos los tipos de texto, pero tiende a hacerlo en mayor medida en textos orales y en aquellos dedicados a la información, los debates, las entrevistas y los magazines. El estilo deóntico-subjetivo se encuentra en mayor medida en textos con un relativo nivel virtual de interacción, tales como redes sociales, blogs de internet y también en publicaciones periódicas escritas. El sentido de obligación o instigamiento que la variante *hay que* + infinitivo adquiere en determinados contextos puede constituir una cierta amenaza para la imagen de los participantes, tanto del hablante o escritor como de la audiencia. Ello explica su mayor presencia en dichos textos, en los cuales la ausencia de un participante directo y concreto permite interpretar su significado en términos de instrucción, generalización o conveniencia; en cualquier caso, el sentido de obligación o mandato que podría conllevar en otras situaciones queda mitigado.

BIBLIOGRAFÍA

- AJÓN OLIVA, Miguel Ángel (2010): «La variación de *se* en las estructuras pluriverbales: variación y significado», *Boletín de Filología de la Universidad de Chile* XLV/2, 11-29.
- (2011): «Variación sintáctica y creación de estilos. Los clíticos reflexivos en el discurso». En María José Serrano (ed.), *Variación Variable*, Almería: Círculo Rojo, 21-56.
- (2019): *Constructing us. The first and second persons in Spanish media discourse*, Berlín: Mouton de Gruyter.
- y María José SERRANO (2013): *Style in syntax. Investigating variation in Spanish pronoun subjects*, Berna: Peter Lang.
- y — (2014): «Moving towards the realm of the other: Second-person objectivization in Spanish media discourse», *Language Sciences* 45, 173-188.
- ALCINA FRANCH, Juan y José Manuel BLECUA (1975): *Gramática española*, Barcelona: Ariel.
- ARIEL, MIRA (2001): «Accessibility theory: An overview». En Ted Sanders, Joost Schilperoord y Wilber Spooren (eds.), *Text Representation: Linguistic and Psycholinguistic Aspects*, Ámsterdam: Benjamins, 29-87.
- BENVENISTE, Émile (1997 [1971]): *Problemas de Lingüística General I*, Madrid: Siglo XXI.
- BLEVINS, James (2003): «Passives and impersonals», *Journal of Linguistics* 39, 473-452.
- BRAVO, Ana y Luis GARCÍA FERNÁNDEZ (2016): «Perífrasis verbales». En Javier Gutiérrez-Rexach (ed.), *Enciclopedia de Lingüística Hispánica*, Londres: Routledge, 785-796.
- BREMS, Lieselotte, Lobke GHÈSQUIERE y Freek VAN DE VELDE (2014): «Intersections of intersubjectivity». En Lieselotte Brems, Lobke Ghèsquiere y Freek Van de Velde (eds.), *Intersubjectivity and Intersubjectification in Grammar and Discourse. Theoretical and Descriptive Advances*, Ámsterdam: Benjamins, 1-7.
- CALSAMIGLIA, Helena y Amparo TUSÓN (1999): *Las cosas del decir. Manual de Análisis del Discurso*, Barcelona: Ariel.
- CORNILLIE, Bert y Nicole DELBECQUE (eds.) (2006): *Topics in Subjectification and Modalization*, Ámsterdam: Benjamins.
- CROFT, William y Allan D. CRUSE (2004): *Cognitive Linguistics*, Cambridge: Cambridge University Press.
- CUENCA, Maria Josep y Joseph HILFERTY (1999): *Introducción a la Lingüística Cognitiva*, Barcelona: Ariel.
- DE COCK, Barbara (2014): *Profiling Participants in Discourse. Form and Function in Spanish Conversations and Debates*, Ámsterdam: Benjamins.
- DE SCHEPPER, Kees (2015): «Separating interlocutor phenomena from grammatical person», *Journal of Pragmatics* 88, 137-147.

- FLORES FERRÁN, Nydia (2009): «Are you referring to me? The variable use of UNO and YO in oral discourse», *Journal of Pragmatics* 41/9, 1810-1824.
- GALLARDO, Susana (2005): «Propósito instructivo y formulaciones corteses», en Diana Bravo (ed.), *Estudios de la (des)cortesía en español. Categorías conceptuales y aplicaciones a corpora orales y escritos*, Buenos Aires: Dunken.
- GARCÍA SALIDO, Marcos (2011): «La distinción deíxis/anáfora y su aplicación a las formas de persona del español», *Revista de Filología Española* XCI/1, 65-88.
- GAST, Volker, Lisa DERINGER, Florian HAAS y Olga RUDOLF (2015): «Impersonal uses of the second person singular: A pragmatic analysis of generalization and empathy effects», *Journal of Pragmatics* 88, 176-189.
- y Johan VAN DER AUWERA (2014): «Towards a distributional typology of human impersonal pronouns based on data from European Languages», en Dik Bakker y Martin Haspelmath (eds.), *Languages across Boundaries: Studies in the Memory of Anna Siewierska*, Berlín: Mouton de Gruyter, 120-158.
- GILI GAYA, Samuel (1980): *Curso superior de sintaxis española*, Barcelona: Biblograf.
- GÓMEZ TORREGO, Leonardo (1992): *La impersonalidad gramatical: descripción y norma*, Madrid: Arco/Libros.
- (1999): «Los verbos auxiliares. Las perífrasis verbales de infinitivo», en Ignacio Bosque y Violeta Demonte (dirs.), *Gramática descriptiva de la lengua española*, Madrid: Espasa-Calpe, II, cap. 51, 3323-3389.
- GORMAN, Kyle y Daniel Ezra JOHNSON (2013): «Quantitative analysis». En Robert Bayley, Richard Cameron y Cecil Lucas (eds.), *The Oxford Handbook of Sociolinguistics*, Oxford: University Press, 215-240.
- GUIRADO, Kristel (2011): «La alternancia tú ~ uno impersonal en el habla de Caracas», *Revista de Lingüística* 26, 26-54.
- GUNDEL, Jeanette, Nancy HEDBERG y Ron ZACHARSKI (1993): «Cognitive status and the form of referring expressions in discourse», *Language* 69, 274-307.
- ISRAELI, Alina (1997): *Semantics and Pragmatics of the Reflexive Verbs in Russian. Slavistische Beiträge*, Múnich: Verlag Otto Sagner.
- JOHNSON, Daniel Ezra (2009): «Getting off the GoldVarb Standard: Introducing Rbrul for Mixed-Effects Variable Rule Analysis», *Language and Linguistics Compass* 3/1, 359-383.
- (2013): «Descriptive statistics». En Robert Podesva y Devyana Sharma (eds.), *Research Methods in Linguistics*, Cambridge: Cambridge University Press, 288-315.
- KRATZER, Angelika (1991): «Modality». En Arnim von Stechow y Dieter von Wunderlich (eds.), *Semantics: An International Handbook of Contemporary Research*, Berlín: Mouton de Gruyter, 639-650.
- LANGACKER, Ronald W. (2009): *Investigations in Cognitive Grammar*, Berlín: Mouton de Gruyter.
- LAPIDUS, Naomi y Ricardo OTHEGUY (2005): «Overt nonspecific *ellos* in Spanish in New York», *Spanish in Context* 2/2, 157-174.
- LYONS, John (1977): *Semantics*, Cambridge: Cambridge University Press.
- NGLE: REAL ACADEMIA ESPAÑOLA y ASOCIACIÓN DE ACADEMIAS DE LA LENGUA (2010): *Nueva Gramática de la Lengua Española*, Madrid: Espasa-Calpe.

- PALMER, Frank R. (2001): *Mood and modality*. Cambridge: Cambridge University Press.
- POSIO, Pekka (2016): «*You and we*: Impersonal second person singular and other referential devices in Spanish sociolinguistic interviews», *Journal of Pragmatics* 99, 1-16.
- (2017): «Entre lo impersonal y lo individual. Estrategias de impersonalización individualizadoras en el español y portugués europeos», *Spanish in Context* 14/2, 209-229.
- REAL ACADEMIA ESPAÑOLA (2005): *Diccionario panhispánico de dudas*, Madrid: Espasa-Calpe.
- RIDRUEJO, Emilio (1981): «*Uno* en construcciones genéricas». *Revista de Filología Española* LXI: 65-83.
- SÁNCHEZ LÓPEZ, Cristina (2016a): «Pasividad e impersonalidad». En Javier Gutiérrez-Rexach (ed.), *Enciclopedia de Lingüística Hispánica*, Londres: Routledge, 773-784.
- (2016b): «*Se* y sus valores». En Javier Gutiérrez-Rexach (ed.), *Enciclopedia de Lingüística Hispánica*, Londres: Routledge, 1-12.
- SCHEIBMAN, Joanne (2001): «Subjective and intersubjective uses of generalizations in English conversation». En Robert Englebretson (ed.), *Stancetaking in Discourse Subjectivity, Interaction, Evaluation*, Amsterdam: John Benjamins, 111-138.
- SERRANO, María José (2010): «El continuo sintaxis-discurso-pragmática en el análisis de la variación sintáctica», *Neuphilologische Mitteilungen* 76, 187-209.
- (2011): «Morphosyntactic variation in Spain». En Manuel Díaz-Campos (ed.), *Handbook of Hispanic Sociolinguistics*, Oxford: Wiley-Blackwell, 187-204.
- (2016): «La variación sintáctica». En Javier Gutiérrez-Rexach (ed.), *Enciclopedia de Lingüística Hispánica*, Londres: Routledge, 809-821.
- (2018a): «Deictic and desubjectivizing meanings in advertising discourse: *te* and *se* clitics», *Lingua. An International Review of General Linguistics* 216, 28-46.
- (2018b): «La construcción del discurso publicitario a través de la variación del objeto de persona *te* y del clítico *se*», *Pragmática Sociocultural/Sociocultural Pragmatics* 6/2, 173-196.
- y Miguel Ángel Aijón Oliva (2011): «Syntactic variation and communicative style», *Language Sciences* 33, 138-153.
- y — (2014): «Discourse objectivization, social variation and style of Spanish second-person singular *tú*», *Folia Linguistica* 48/1, 225-253.
- SIEWIERSKA, Anna (2008): «Introduction: Impersonalization from a subject-centred vs. agent-centred perspective», *Transactions of the Philological Society* 106, 115-137.
- (2011): «Overlap and complementarity in reference impersonals: 'Man'-constructions vs. third person plural-impersonals in the languages of Europe». En Anna Siewierska y Andrej Malchukov (eds.), *Impersonal Constructions: A Cross-linguistic Perspective*, Amsterdam: Benjamins, 57-89.
- y María Papastathi (2011): «Third person plurals in the languages of Europe: typological and methodological issues», *Linguistics* 43/2, 575-610.
- SILVA-CORVALÁN, Carmen y Andrés Enrique-Arias (2017): *Sociolingüística y pragmática del español*, Georgetown: University Press (2.^a ed.).

- TAGLIAMONTE, Sali A. (2011): *Variationist Sociolinguistics. Change, Observation, Implication*, Oxford: Wiley-Blackwell.
- y R. HARALD BAAYEN (2012): «Models, forests and trees of York English: *Was/were* variation as a case study for statistical practice», *Language Variation and Change* 24/2, 135-178.
- VÁZQUEZ LASLOP, María Eugenia (1999): «Modalidad deóntica objetiva y subjetiva», *Nueva Revista de Filología Hispánica* XLVII/1, 1-32.