

La variación de las fórmulas de tratamiento de segunda persona del singular en publicidades de Montevideo

Bruno Rafael Costa Venâncio da Silva¹

Carlos Felipe da Conceição Pinto²

1. Introducción

La discusión sobre la variación del español no es algo reciente. Mucho se ha debatido en el siglo XX respecto de los orígenes y las características del español americano y sus principales rasgos distintivos. En este sentido, Fontanella de Weinberg (1993) comenta que es inadecuado dividir el español en dos bloques distintos, opuestos el uno al otro e internamente homogéneos como se suele hacer al hablar de “español de España” y “español de América”³. En la propuesta de Fontanella de Weinberg (1993), el español americano es un conjunto de variedades lingüísticas habladas en América definidas geográfica e históricamente sin olvidar el complejo y variado carácter del proceso de colonización ni sus implicaciones lingüísticas.

Fontanella de Weinberg (1993) comenta que, a excepción del uso del pronombre *vos* en América y del pronombre *vosotros* en España, no hay una forma lingüística que sea exclusiva de una zona geográfica⁴.

¹ Docente do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte.

² Doutorando da Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP).

³ Es cierto que los estudios léxicos vienen desarrollándose y muchas investigaciones sobre el léxico de cada país/región surgieron a lo largo del siglo XX dando origen a diccionarios de argentinismos, cubanismos, peruanismos, mexicanismos etc. Sin embargo, nos parece bastante prudente tener las observaciones de Fontanella de Weinberg (1993) en mente al analizar otros niveles de la lengua.

⁴ Para una discusión muy interesante de este tema, ver Fanjul (2004).

En el español, la segunda persona tiene pronombres específicos cuyo uso depende del nivel de cortesía y/o familiaridad que hay entre los hablantes⁵. En términos gramaticales generales y, principalmente, normativos, para la segunda persona del singular, si el tratamiento es informal, se usa el pronombre *tú* y sus formas verbales equivalentes, si el tratamiento es formal, se usa el pronombre *usted* y sus equivalentes verbales. En el caso de la segunda persona del plural, se usan las formas pronominales *vosotros* y *ustedes* y sus formas verbales respectivamente.

Sin embargo, diversos estudios (Lapesa, 1968; Fontanella de Weinberg, 1979, 1993; Hotta; 1997; Carricaburo, 1997; Bertolotti, 2006, 2011 etc.) vienen señalando que hay gran variación en la realización pronominal y verbal de la segunda persona del singular informal en el mundo hispánico, especialmente en América, donde la forma pronominal *tú* y sus equivalentes pronominales y verbales (el tuteo) alternan en diferentes contextos socio-pragmáticos y gramaticales con la forma pronominal *vos* (el voseo) y sus equivalentes verbales. Aunque esa variación gramatical esté presente en toda Hispanoamérica, la región en la que ha ganado más terreno es la región del Río de la Plata, donde, inclusive, se usa en la norma culta y, en el caso de la Argentina, está reconocido por la Academia Argentina de Letras. Considerando las principales ciudades, en el caso de Buenos Aires, el *vos* es la única forma pronominal existente para la segunda persona de confianza. En el caso de Montevideo, la formas *voseantes* alternan con las formas *tuteantes*.

A partir del somero panorama presentado arriba, esta investigación, de carácter esencialmente empírico⁶, tiene el objetivo de hacer una presentación de los pronombres de tratamiento de segunda persona del singular en publicidades de la ciudad de Montevideo. Nuestras hipótesis son: a) el pronombre de tratamiento *vos* no está restringido a la lengua oral en Uruguay, como propone Fontanella de Weinberg (1994); b) las formas verbales encontradas en las publicidades y anuncios son

⁵ El sistema de las fórmulas de tratamiento no depende simplemente del hecho de que si la situación es formal o informal en el sentido de que si los hablantes se conocen y tienen intimidad o no. Muchos otros factores juegan papel importante en ese sistema, como discutido en Carricaburo (1997). Un ejemplo de esta complejidad, que pasa por las relaciones de poder, es el caso en que un jefe de una empresa tiene una secretaria mucho mayor que él. El jefe tiene los rasgos [+poder; -edad] y la secretaria tiene los rasgos [-poder; +edad], hecho que genera un conflicto a la hora de usar las fórmulas de tratamiento.

⁶ En este trabajo nos detenemos fundamentalmente en aspectos empíricos/descriptivos de la cuestión. Es decir, presentamos datos. En trabajos futuros, se podrá utilizar los datos presentados y los que añadan para reflexiones teóricas sobre variación y cambio lingüístico además de las investigaciones pragmáticas y discursivas.

idénticas a las formas típicas del voseo bonaerense dado el influjo de Buenos Aires sobre Montevideo, como señala Carricaburo (1997).

El trabajo se divide de la siguiente manera: en la primera parte, hacemos una breve presentación de la definición, el origen y la extensión del voseo en América y específicamente en Uruguay. En la segunda, trataremos la presentación de los datos, la metodología empleada y los análisis cualitativo y cuantitativo de los datos. Al final, se harán algunas consideraciones sobre el trabajo.

2. Definición, origen y extensión del “voseo”⁷

El voseo es el uso del pronombre *vos* y/o sus formas verbales y pronominales para segunda persona singular. En términos pronominales, el pronombre *vos* aparece en lugar del pronombre *tú* en las funciones de sujeto y complemento de preposición (los posesivos, los reflexivos y los clíticos no se distinguen); en términos verbales, el voseo más extendido, que es el voseo del Río de la Plata, tiene desinencias específicas en el presente de indicativo y en el imperativo afirmativo⁸. Compárense los ejemplos en (1), del tuteo, y en (2), del voseo:

- (1)
 - a. Tú no me dices la verdad.
 - b. Compré este libro para ti.
 - c. ¿Qué quieres tú?
 - d. Tú nunca hablas de tu vida.
 - e. Tú cantabas mucho más antes.

- (2)
 - a. Vos no me decís la verdad.
 - b. Compré este libro para vos.
 - c. ¿Qué querés vos?
 - d. Vos nunca hablás de tu vida.
 - e. Vos cantabas mucho más antes

⁷ Para una exposición más detallada de este tema, ver Pinto (2007).

⁸ El voseo en otras regiones presenta diferentes desinencias en otros tiempos verbales como señala Bertolotti (2011). No nos detendremos en la variación desinencial del voseo en este trabajo pero un comentario es relevante para el caso del presente del subjuntivo y sus funciones pragmáticas (entre ellas las de imperativo negativo): hay variación entre la morfología verbal típica del voseo y la del tuteo dependiendo de la función del subjuntivo. Fontanella de Weinberg (1979) muestra que en imperativo menos tajante, como una sugerencia, se usan las formas del tuteo; por otro lado, en un orden incisivo, se usan las formas propias del voseo.

Mucha gente piensa equivocadamente que el voseo es una innovación americana, especialmente de la región del Río de la Plata. Sin embargo, muchos estudios muestran que el origen del voseo es el propio latín. Inicialmente, el latín solamente tenía las formas *tu* y *vos* para el tratamiento singular y plural respectivamente. En el latín tardío, se empezó a usar la forma *vos* para referir a la segunda persona singular de respeto. En el castellano medieval, para distinguir el *vos singular* del *vos plural* se añadió el sufijo *-otros* a la forma plural (*vosotros*). Con las crisis sociales, el surgimiento de la burguesía en la Edad Media y el surgimiento de *vuestra+puesto* (*majestad, excelencia, santidad* etc. siendo que *merced* era la forma genérica, cuando no se usaba el puesto, y al final se gramaticalizó: *vuestra merced* > *usted*), las formas de tratamiento tuvieron un desgaste que resultó en la eliminación de la forma pronominal *vos* del paradigma europeo entre los siglos XVI y XVII⁹.

En el caso de América, con la llegada de los colonizadores en plena ebullición del conflicto pragmático, ambas formas, *tú* y *vos*, fueron empleadas. Y la pervivencia de una u otra está determinada por factores extralingüísticos. Por ejemplo, el mapa del voseo /tuteo actual es una evidencia a la propuesta que Fontanella de Weinberg (1993) hace para la estandarización del español americano: las regiones más estandarizadas y las que tuvieron más contacto con la metrópoli son las que perdieron el uso del *vos* (como gran parte de México, Perú y el Caribe); las regiones menos estandarizadas y las que tuvieron menos contacto con la metrópoli son las que siguen usando el voseo (como el caso del Río de la Plata en general)¹⁰.

Actualmente el voseo está extendido en la mayoría aplastante de los territorios de Argentina, Uruguay, Paraguay, Costa Rica, Honduras, El Salvador, Nicaragua y Guatemala, así como en minorías significativas en países como Chile, Bolivia, Colombia, Venezuela, Perú y México (cf. Lipski, 1994; Carricaburo, 1997).

En lo tocante a la variación gramatical del voseo, el voseo puede ser de tres tipos: pronominal, verbal y mixto como ilustran respectivamente los ejemplos en (3) a continuación:

⁹ Como señala Carricaburo (2003), el desgaste se debe al doble uso del *vos*: inferiores se dirigen a superiores por *vos* como señal de respeto; superiores se dirigen a inferiores por *vos* como señal de alejamiento.

¹⁰ Aquí caben dos comentarios. 1) El voseo en Chile es sentido como algo estigmatizado, rural, no culto debido a la fuerte política de Andrés Bello en el siglo XIX para exterminar el voseo; 2) Aunque la Región del Río de la Plata, en especial el Paraguay, estuvo al borde del Imperio mucho tiempo, un caso diferente se encuentra en Buenos Aires, que tuvo gran desarrollo a partir del siglo XVIII. Sin embargo, como señala Alonso (1942), con el movimiento de "las lenguas nacionales", parece que el voseo en esa región ganó terreno como expresión de independencia lingüística.

- (3) a. vos tienes
b. tú tenés
c. vos tenés

El voseo pronominal es aquel en el que sólo el pronombre tiene la forma voseante como en (3a); el voseo verbal es aquel en que sólo el verbo tiene la forma voseante como en (3b); el voseo mixto (que a lo mejor debería clasificarse como "puro" ya que híbridos son los tipos anteriores) es aquel en que ambos, pronombre y verbo, tienen la forma voseante como en (3c).

La morfología verbal también presenta variación. Rona (1967, apud Carricaburo, 1997) clasifica las formas verbales del voseo en tres tipos:

I	II	III
-ais/-eis ¹¹	-as/-es	-ais/-is
-eis/-ais	-es/-as	-is/-ais
-is/-ais	-is/-as	-is/-ais

Cuadro 1: Tipos de voseo

Fuente: Rona (1967, p. 69-73)

La clasificación del cuadro 1 nos parece poco adecuada considerando la alternancia del voseo del tipo II como muestran los ejemplos en (4) y (5):

- (4) a. vos sabés
b. vos cantás

- (5) a. vos sabes
b. vos cantas

A primera vista, parece que la alternancia se refiere a una cuestión de acentuación, en que las formas en (4) son agudas y las formas en (5) son graves. Sin embargo, si se consideran los ejemplos en (6) y (7), se verá que el problema no es de acentuación simplemente:

- (6) a. vos querés
b. vos podés

¹¹ La forma a la izquierda es la forma del presente de indicativo y la forma a la derecha es la forma del presente de subjuntivo.

- (7) a. vos quieres
b. vos puedes

Si el problema fuera simplemente de acentuación, se esperaría encontrar la forma *vos quieres*. Sin embargo, la forma *quieres*, con acentuación grave, es inexistente. La forma aguda tiene origen en la forma de la segunda persona del plural (*cantais* > *cantás*, cf Lapesa, 1968; Carricaburo, 1997), mientras que la forma grave es homófona a la forma de la segunda persona del singular del tuteo (si es que no es la misma forma). Por esa razón, proponemos, como ya apuntado en Pinto (2007), cuatro tipos de morfología para el voseo¹²:

I	II	III	IV
-ais/-eis	-ás/-es ¹³	-as/-es	-ais/-is
-eis/-ais	-és/-as	-es/-as	-is/-ais
-is/-ais	-ís/-as	-is/-as	-is/-ais

Cuadro 2: tipos de voseo revisados

El voseo de tipo I es característico de zonas andinas y son formas diptongadas. Según Carricaburo (1997), este tipo de voseo persiste solamente en algunas zonas aisladas, como por ejemplo en la ciudad colombiana de San Juan de Micay o en otras zonas andinas. El tipo II es el llamado voseo rioplatense o argentino. Es el voseo más extendido no sólo en la región del Río de la Plata, sino también en Centroamérica y en algunas zonas de Ecuador, Venezuela, Colombia y Bolivia. El voseo de tipo III se escucha en la provincia de Santiago del Estero (Argentina), parte de Ecuador y sudoeste de Bolivia. El voseo de tipo IV es conocido por voseo chileno, pero también se extiende por las Sierras Ecuador, parte de Bolivia y Perú.

2.1. El voseo en Uruguay

La variedad lingüística de Montevideo se parece mucho a la de Buenos Aires. Este hecho inclusive hace que muchos no distingan un montevideano de un bonaerense. Aunque pertenezcan al grupo de los

¹² Quizás, el problema de la clasificación de Rona (1967) en tres tipos de voseo se deba a que no pone el acento gráfico en las desinencias del voseo de tipo II destacando que son formas agudas. Estamos de acuerdo en que solamente hay tres desinencias exclusivas del voseo. La cuarta desinencia es la desinencia del tuteo, empleada en el voseo pronominal.

¹³ Aquí entra el problema de la variación en el presente de subjuntivo como discutido en Fontanella de Weinberg (1979).

países rioplatenses según su geografía y por su semejanza dialectal, en lo tocante a los pronombres de tratamiento parece haber diferencias importantes. Carricaburo (1997) afirma que el paradigma voseante en Uruguay es más complicado que en el resto de los países rioplatenses, existiendo tres posibilidades:

- Voseo pronominal y verbal (el verbal de tipo II), sobre la ribera derecha del río Uruguay, que está en contacto con el litoral argentino.
 - Tuteo pronominal y voseo verbal (*tú tenés*), que corresponde a la norma culta montevideana y que allí irradia prestigio de lo capitalino.
 - Dos zonas de tuteo exclusivo (*tú tienes*).
- (Carricaburo, 1997, p. 30)

La autora justifica que las zonas de tuteo exclusivo son así debido al contacto con el portugués del sur de Brasil, que también es tuteante, y por una cuestión histórica de inmigración de colonos del noroeste de la península ibérica.

Bertolotti (2006) intenta explicar la evolución de las fórmulas de tratamiento en el español uruguayo. Según la autora, entre los siglos XVIII y XIX, el Uruguay tenía las formas *tú*, para el tratamiento informal, y *vuestra merced/usted*, para el tratamiento formal. Sin embargo, a fines del siglo XX y comienzos del siglo XXI, las formas de tratamiento informal presentan variación entre las formas *vos* y *tú*. La explicación gramatical de Bertolotti (2006) para la variación es la de que el voseo entra por el sistema pronominal, ya que en el siglo XIX registra casos de voseo pronominal — como ilustrado en (3a). Dado el carácter *pro-drop* del español uruguayo, tales ocurrencias son escasas¹⁴.

Los uruguayos han avanzado hacia el voseo y, hoy día, los jóvenes son los que más se han volcado hacia el voseo pronominal, que, en la sociedad montevideana, suena como una cuestión de “argentinización” por el turismo de argentinos y los programas de televisión que son emitidos en Uruguay (Carricaburo, 1997, p. 31-32).

En un estudio que se refiere a los mecanismos conversacionales en el español uruguayo, Gabianni (2006) encontró en su *corpus* que los

¹⁴ La explicación pragmática que da Bertolotti (2006) para el incremento del voseo es que fue usado como un mecanismo de cortesía que atenuaba el carácter grosero de las formas tuteantes.

operadores de servicio de atención al cliente o reclamos casi nunca tutean a los usuarios y aclara que la elección de *tú/vos* o *usted* señala un posicionamiento frente a la situación y el interlocutor.

Fontanella de Weinberg (1994) hace una comparación entre la incorporación del voseo en la lengua escrita de Buenos Aires y de Uruguay, afirmando que:

[...] el español bonaerense y el usado en territorio uruguayo pueden considerarse como constituyentes de una misma variedad regional amplia, dentro del conjunto de dialectos hispánicos, el punto en que se nota una diferenciación más marcada es precisamente el de los usos de segunda persona singular familiar, ya que en la región bonaerense hay una generalización prácticamente total del voseo, mientras que en Uruguay en la lengua oral se da una compleja distribución de usos de voseo y tuteo, mientras que en la lengua escrita hay un marcado predominio del tuteo.

(Fontanella de Weinberg, 1994, p. 5-6)

El uso del voseo en los medios de comunicación argentinos es generalizado, tanto en las modalidades orales y escritos, sean los más cuidados o los menos, incluyendo los avisos dirigidos a la población por el Ministerio de Educación de la Nación (Fontanella de Weinberg, 1994, p. 8).

Por otro lado, Lipski (1994) refuerza la idea de que el *tú* en Uruguay no está totalmente, "en absoluto", ausente. El autor afirma que muchos uruguayos consideran la forma pronominal *vos* como plebeya y que los hablantes cultos deberían elegir el *tú*, que sobrevive gracias al dogma escolar y las aspiraciones sociales de la población. En el presente de subjuntivo, las formas verbales correspondientes al voseo alternan con las que pertenecen al tuteo. Esta última afirmación es negada por Carricaburo (1997), quien afirma que la forma verbal del presente de subjuntivo del voseo, es decir, las formas agudas, han sido registradas en situaciones muy espontáneas y solamente en algunos usos.

Frente a esos hechos, consideramos de suma importancia analizar cómo se da la variación de las formas de tratamiento en el español uruguayo en diferentes ámbitos y de forma cuantitativa. En este primer trabajo, ofreceremos una descripción de la situación a partir de anuncios publicitarios encontrados en la ciudad de Montevideo.

3. La metodología de la investigación

Nuestro *corpus* está compuesto por 60 publicidades y anuncios colectados en la ciudad de Montevideo, capital de la República Oriental de Uruguay, entre el 15 y el 18 de febrero de 2010. La intención de la investigación fue la de verificar cuáles son las formas de tratamiento utilizadas en la publicidad de esta ciudad y cómo está dispuesto el voseo en este ámbito.

Para ello, entraremos en la parte del análisis cualitativo donde analizamos algunos casos específicos y discutimos las posibles elecciones del pronombre de acuerdo con la situación. Después, presentaremos un análisis cuantitativo para descubrir el número de publicidades y anuncios que presentan el voseo y también las otras formas (*tú* y *usted*), además de los anuncios que presentan las dos formas y paradigmas dudosos.

Esta investigación se detiene a la lengua escrita, específicamente el género textual "publicidad". No investigamos fenómenos del habla y tampoco se está afirmando que los anuncios y publicidades colectados en Montevideo hayan sido producidos en esta ciudad o por hablantes nativos de esta región (lo que sería imposible, además), sino mostraremos datos recogido allí, lo que indirectamente puede reflejar algo.

Las publicidades y anuncios fueron recogidos a través de una cámara digital en las calles de Montevideo y guardados en una tarjeta de memoria para que fueran analizados en una computadora. Los anuncios fueron clasificados en 5 carpetas de acuerdo a la forma de tratamiento utilizada:

- (a) publicidades voseantes;
- (b) publicidades tuteantes;
- (c) publicidades de *usted*;
- (d) publicidades mixtas (para los casos en que aparecían las formas tuteantes y voseantes en la misma publicidad);
- (e) publicidades dudosas (los casos en que no eran posibles distinguir la forma verbal)

Por tratarse de publicidades, no entramos en la discusión pragmática. Simplemente nos detuvimos en cuestiones formales/gramaticales de las fórmulas de tratamiento.

4. Análisis de los datos

Como ya mencionado anteriormente, el análisis está dividido en dos tipos: cualitativo y cuantitativo. Para evitar dudas a la hora de analizar

los datos, tuvimos en cuenta que, dentro del género publicitario, se utilizan letras mayúsculas y que, en estos casos, se puede omitir los acentos gráficos (la tilde). En la escritura, muchas veces, la diferencia entre la forma tuteante y la forma voseante se debe a una cuestión de acentuación gráfica cuando las formas verbales son regulares. Gracias a las formas verbales casi siempre regulares del pronombre *vos*, se pudo identificar muchos de los casos de paradigma dudoso¹⁵.

4.1. Análisis cualitativo

Dentro del análisis cualitativo, buscamos entender los fenómenos de voseo y tuteo en algunas de las publicidades colectadas. El voseo es predominante en las propagandas y anuncios callejeros colectados en Montevideo, lo que no suprime el empleo del tuteo en algunas de ellas. Las publicidades de las marcas “Pronto” (préstamos) utilizan tanto el tuteo como el voseo diferentes anuncios, como se ve a continuación en las figuras 1 y 2:



Figura 1: Publicidad de Pronto – Tuteo

Fuente: Venâncio da Silva (2010)

¹⁵ Las formas verbales del voseo son regulares. A pesar de que en muchas publicidades no se utilicen acentos, gracias a la regularidad de las formas voseantes, cuando el verbo era irregular no quedaba dudas de si la forma era voseante o tuteante (véase el contraste entre las formas del imperativo *vuelve x volve* y las formas del presente *vuelves x volves*). Así, el paradigma dudoso se reduce a las formas verbales regulares sin tilde como en las formas del presente *cantas x cantas* y las del imperativo *canta x canta*.



Figura 2: Publicidad de Pronto – Voseo
Fuente: Venâncio da Silva (2010)

Como se puede ver, la marca "Pronto" hizo dos publicidades, cada una con una forma tratamiento informal. Por otro lado, como se verá a continuación, la marca "TIC" utilizó las dos formas para la informalidad dentro de la misma publicidad, siendo *cambia* para el imperativo de *tú* y *cambiá* para el imperativo del *vos*.



Figura 3: Publicidad de TIC – Tuteo y voseo¹⁶
Fuente: Venâncio da Silva (2010)

¹⁶ En la frase grande en destaque, el verbo aparece en forma tuteante *cambia*. Por otro lado, en la frase pequeña en el rincón izquierdo, el verbo aparece en la forma voseante *cambiá*.

Las figuras 1, 2 y 3 muestran que el tuteo y el voseo alternan en los mismos contextos (inclusive puede ser una evidencia de que los mismos hablantes usan las dos formas indistintamente) ya que se supone que dichas publicidades hayan sido producidas por el mismo hablante, especialmente la publicidad de la figura 3.

Otro caso de publicidad mixta es encontrado en la publicidad de la tarjeta de crédito “Visa”, en el *shopping* “Punta Carretas”, como muestra la figura 4:



Figura 4: Publicidad Visa y Punta Carretas Shopping – Tuteo y voseo
Fuente: Venâncio da Silva (2010)

Este caso muestra el verbo *iluminá* con el paradigma verbal de imperativo del *vos* y abajo el verbo *visita* con el paradigma verbal de imperativo de *tú*. Se nota claramente que esta publicidad específicamente fue elaborada desde dos partes: la primera responsable por el “Punta Carretas Shopping”, y la segunda por “Visa”. Como podemos contemplar, en la parte del “Punta Carretas Shopping”, de Uruguay, se prefirió la forma verbal del voseo, mientras que la marca “Visa”, internacional, prefirió la forma tuteante. Posiblemente, personas (¿de orígenes?) diferentes hicieron las dos partes de esta publicidad. Además, es importante hacer hincapié en el “descuido” dentro de esa publicidad, lo

que nos hace inferir que este fenómeno es común en Montevideo, ya que no hubo una preocupación en adaptar la parte del Visa a las formas típicamente voseantes, que sería *visitá*.

Los casos en que formas de tratamiento diferentes aparecen en la misma publicidad no se restringen a las segundas personas informales, sino que hay mezcla con las formas del pronombre *usted*, que se usa para casos de formalidad, como se muestra en la figura 5 a continuación:



Figura 5: Publicidad Suat – Tuteo y “usted”
Fuente: Venâncio da Silva (2010)

Al mismo tiempo que esta publicidad (figura 5) usa elementos lingüísticos relacionados a la informalidad, podemos ver claramente el uso del adjetivo posesivo de segunda persona formal *su*. El verbo en imperativo parece estar en la segunda persona *vos*¹⁷, pero arriba aparece la forma *contigo* que es la forma tuteante (la forma voseante es *con vos*). Sin

¹⁷ Esto queda evidente por las reglas de acentuación gráfica. La acentuación tónica de la forma tuteante es esdrújula, lo que implicaría en el uso de la tilde: *infórmate*. La acentuación tónica de la forma voseante es grave, lo que excluye el uso de la tilde: *informate*. Vale destacar que muchas publicidades no usan la acentuación gráfica, lo que mantendría en duda si la forma verbal en discusión es tuteante o voseante. Sin embargo, como hay acentuación gráfica en esta publicidad (véase la palabra *afiliación*), queda claro que la forma es voseante.

embargo, el uso de *contigo* parece ser más difundido que el uso de *con vos* en el español de Uruguay como complemento de preposición (Carricaburo, 1997, p. 32).

Muchas de las propagandas y anuncios recogidos no fueron elaborados necesariamente por uruguayos, sino que pueden haber venido de otros países que poseen paradigmas diferentes al de la norma uruguaya, o más específicamente, montevideana. Este trabajo tiene como objeto de estudio, como descrito anteriormente, las publicidades encontradas en Montevideo y no las propiamente producidas en esta ciudad, lo que supondría un conocimiento más preciso de las empresas de publicidad y traducción e inclusive de los empleados que han redactado los anuncios. Sin embargo, podemos inferir que algunas de las publicidades fueron realmente elaboradas en Uruguay, como es el caso de la del Teatro Solís:



Figura 6: Teatro Solís – Voseo
Fuente: Venâncio da Silva (2010)

El "Teatro Solís" es, sin duda, el teatro más importante de Uruguay cuyo estatus es innegable en este país. Por eso, no sería impensable la idea de que sus publicidades seguramente hayan sido elaboradas en Uruguay. Como se percibe, la forma verbal de imperativo del pronombre de tratamiento *vos* es utilizada en el verbo *vivir*, dada la terminación en *-í* y acentuación aguda. Otras publicidades de origen uruguayo también utilizan el pronombre de tratamiento *vos* como es el caso de la de del "Canal 10" de este país.

Hubo casos en que no fue posible identificar si el verbo estaba conjugado en el tuteo o el voseo puesto que estos pronombres comparten la mayor parte de los tiempos verbales como se ve en las figuras 7 y 8:



Figura 7: Paradigma dudoso



Figura 8: Paradigma dudoso

La conclusión que se puede obtener a partir de los datos que presentamos arriba es la de que, en las publicidades de Montevideo, el tuteo y el voseo conviven, inclusive hay mezcla entre formas de tratamiento informal y formas de tratamiento formal. La ausencia de datos de voseo pronominal en la posición de sujeto (expresión de la forma pronominal *vos*) se debe al hecho de que, como ya comentado por Bertolotti (2006), el español uruguayo es una lengua de sujeto nulo. En lo tocante a las formas pronominales en posición de complemento de preposición, también registramos casos de *preposición+vos*, como ilustra la figura 9 a continuación:



Figura 9: Voseo en sintagma preposicionado

La alternancia entre voseo y tuteo en las publicidades de Montevideo sugiere que, de hecho, el voseo no es un fenómeno estigmatizado ni excluido de la norma culta/escrita.

4.2. Análisis cuantitativo

Antes de comenzar el análisis cuantitativo precisamente, vale una observación: el análisis que presentaremos se refiere a la cantidad de publicidades que usan una forma u otra y no a la cantidad de ocurrencia individual de cada forma. Quisiéramos averiguar cuántos anuncios utilizan formas voseantes y cuántos utilizan formas tuteantes y no la frecuencia individual de cada forma.

Entre los 60 anuncios y publicidades recogidos, la mayoría utiliza las formas voseantes. Fue un total de 38 de las publicidades recogidas, es decir, un 63,33% del *corpus* analizado. En esos casos, se utiliza en voseo en los tiempos verbales de presente de indicativo e imperativo, como pronombre personal y como complemento de preposición¹⁸.

Diferente de lo que sucede con las formas voseantes, las formas tuteantes se ven limitadas a solamente 5 publicidades, es decir, un 8,33% del *corpus* analizado.

En lo tocante a las formas equivalentes al pronombre *usted*, encontramos un total de 8 publicidades, es decir, un 13,33% del *corpus* analizado. Además de los elementos lingüísticos ya mencionados, agregamos a la identificación de las formas equivalentes a *usted* la posibilidad de que esta forma sea identificada a través del posesivo y el clítico, que son distintos a los utilizados en las formas tuteantes y voseantes, que comparten los mismos elementos y no permiten distinción entre las formas tuteantes y las voseantes.

Algunos de los anuncios presentaron un paradigma que puede ser tanto tuteante como voseante, puesto que ambos comparten la mayor parte de los tiempos verbales además de casi todos los elementos pronominales. Éstos representan un 10% del *corpus* analizado, es decir, 6 publicidades y anuncios.

Dentro de una misma publicidad fue posible encontrar variación en las formas utilizadas, que representan los casos con más de una forma de tratamiento. Tanto hay mezclas en las formas de tratamiento formal e informal, con un caso de *tú* y *usted*, como dentro de los dos pronombres para la informalidad, con dos casos para *tú* y *vos*. Éstos representan un 5% del *corpus* analizado, es decir, 3 publicidades.

¹⁸ Cf. Venâncio da Silva (2010) para una exposición más detallada.

Otro punto que merece destaque es el voseo en sintagmas preposicionados. De 5 publicidades que contienen la estructura *preposición+pronombre*, 4 publicidades contienen la forma voseante. Tan sólo 1 publicidad contiene la forma tuteante. Lo más interesante es que esta única forma tuteante es *contigo*, posiblemente por ser una forma gramaticalizada.

Como pudimos comprobar, las publicidades que utilizan el voseo son una mayoría aplastante dentro nuestro *corpus*. Si analizamos aisladamente el número de casos según su porcentaje solamente para las formas de tratamiento de segundas personas informales, es decir, los casos de *tú* y *vos*, el porcentaje sube para un 88,37% para los casos de formas voseantes frente a un 11,63% de casos para las formas tuteantes.

Los cuadros 3 y 4 a continuación sintetizan los resultados encontrados:

Paradigma voseante	Paradigma tuteante	Formas de usted	Paradigma mixto	Paradigma dudoso
63,33%	8,33%	13,33%	10%	5%

Cuadro 3: Porcentaje de las formas de tratamiento

Paradigma voseante	Paradigma tuteante
88,37	11,63

Cuadro 4: Porcentaje del tuteo frente al voseo

Los datos presentados arriba nos llevan a concluir que las formas voseantes son las más usadas y preferidas en las propagandas encontradas en la ciudad de Montevideo. Inclusive, dada la diferencia grande entre publicidades con formas voseantes y publicidades con formas tuteantes, se puede pensar que, si se analizan ocurrencias individuales de cada forma, las formas voseantes seguirán siendo preferidas.

5. Consideraciones finales

La preferencia por las formas voseantes en las publicidades colectadas en Montevideo es innegable. En el análisis cuantitativo, la mayor parte de las publicidades muestra que el voseo es más extendido que el tuteo y las formas de *usted*. Cuando este análisis se restringe a las

publicidades que presentan las formas de informalidad, la diferencia entre voseo y tuteo crece más aún.

Es importante resaltar que las publicidades¹⁹ que aparentemente son producidas en Uruguay tienden a utilizar las formas voseantes, lo que nos muestra que, en este país, el voseo está vigente en los medios de comunicación. Sin embargo, el tuteo sigue presente, aunque en menor proporción. Los casos en que aparecen las formas de *usted* también son pocos frente a los que usan el voseo. Además, estas formas no están en competencia con el voseo, puesto que las formas del voseo y las formas de *usted* son usadas en contextos pragmáticos diferentes, siendo el *usted* para las situaciones formales y el voseo para las situaciones informales. Lo que sí podemos afirmar es que las publicidades en Montevideo no suelen ser elaboradas con las formas de *usted* ya que aparecen en un número bastante inferior a los demás tratamientos informales de segunda persona.

Los trabajos publicados sobre el voseo uruguayo todavía consideran que en Montevideo hay un voseo verbal con la forma pronominal tuteante, el cual no fue encontrado dentro de las publicidades colectadas²⁰. Tal ausencia puede ser atribuida al carácter de sujeto nulo del español uruguayo.

Como hemos visto a lo largo de este trabajo, el voseo es un rasgo más amplio de lo que se piensa. No se limita solamente a Argentina, sino que está presente en muchas regiones de Hispanoamérica, en algunas como un rasgo de prestigio, en otras como una forma estigmatizada. Sin embargo, hacen falta más estudios recientes, basados en *corpora*, con cuantificación de datos y en diferentes géneros textuales que nos muestren la real situación del voseo en el mundo hispánico.

Referencias

ALONSO, Amado. *Castellano, Español, Idioma nacional: historia espiritual de tres nombres*. 2. ed. Buenos Aires: Losada S.A., 1942.

BERTOLOTTI, VIRGINIA. *Tú, vos y usted en América: sincronía y diacronía*. Mini-curso ministrado no XVI Congresso Internacional da ALFAL. Alcalá de Henares. 2011.

¹⁹ Estamos concientes de que nuestro *corpus* es un corpus reducido derivado de un trabajo inicial. Trabajos con *corpus* más robusto deben realizarse para confirmar o rechazar estas afirmaciones.

²⁰ Hemos consultado a hablantes nativos de Uruguay, quienes confirmaron este hecho.

_____. "Tuteo y voseo en el Uruguay durante el siglo XIX". In: BARROS, Luizete; COSTA, Maria José D.; AQUINO VIEIRA, Vera Regina (orgs.). *Hispanismo 2004*, 2006, pp. 493-504.

CARRICABURO, Norma. *El voseo en la historia y en la lengua de hoy. Las fórmulas de tratamiento en el español actual*. Fundación Litterae, 2003.

CARRICABURO, Norma. *Las fórmulas de tratamiento en el español actual*. Madrid: Arco/Libros, 1997.

FANJUL, Adrián. "Português Brasileiro, Espanhol de... onde? Analogias incertas". *Letras & Letras*, v. 20, pp. 165-183, 2004.

FONTANELLA DE WEINBERG, M. B. "La incorporación del voseo en la lengua escrita bonaerense". In: HIPOGROSSO, C; PEDRETTI, A (orgs.). *La escritura del español*. Montevideo: Universidad de la República, 1994, pp. 5-18.

_____. *El español de América*. 2. ed. Madrid: Mapfre, 1993.

_____. "La oposición cantes/cantés en el español de Buenos Aires". *Thesaurus*, v. 34. pp. 72-83, 1979.

GABBIANI, Beatriz. "La constitución de identidades institucionales en el reclamo telefónico". In: ORLANDO, V. (org.). *Mecanismos conversacionales en el español del Uruguay: Análisis de interacciones telefónicas de servicios*. Montevideo: Universidad de la República, 2006, pp. 39-59.

HOTTA, Hideo. *La estandarización y el regionalismo en el voseo del español argentino*. En: International Symposium - Lesser-Used Languages and Romance Linguistics. 1997. Disponible en: <http://www.for.aichi-pu.ac.jp/~hotta-hi/hh1997b.htm>. Aceso el 15 de marzo de 2011.

LAPESA, Rafael. *Las formas verbales de segunda persona y los orígenes del voseo*. Actas del Tercer Congreso Internacional de Hispanistas, 1968, pp. 519-531.

LIPSKI, John. *El español de América*. Madrid: Cátedra S.A. 1994.

PINTO, Carlos Felipe da C. "Una visión general de las fórmulas de tratamiento en el español", *Letras & Letras*, v. 23, n. 2, pp. 29-45, 2007.

RONA, J., *Geografía y morfología del voseo*. Porto Alegre. Pontificia Universidade Católica de Rio Grande do Sul, 1967.

VENANCIO DA SILVA, Bruno Rafael C.. *La presencia del pronombre de tratamiento "vos" en publicidades en Montevideo*. Trabalho de Conclusão de Curso, IFRN, 2010.

Resumo:

Este texto apresenta a variação das formas de tratamento de segunda pessoa do singular no espanhol uruguaio. Nossa pesquisa se baseia na análise de propagandas coletadas na cidade de Montevideu e mostra que, nesse gênero textual, o *voseo* é predominante sobre o *tuteo*. Na primeira parte do texto, introduzimos o tema da variação do espanhol (americano); na segunda parte, apresentamos o fenômeno do *voseo* e falamos da situação do *voseo* no espanhol uruguaio; na terceira parte apresentamos a metodologia empregada, uma análise qualitativa e uma análise quantitativa para os dados coletados; por fim tecemos algumas considerações sobre a questão. O trabalho é essencialmente de cunho descritivo e tem o objetivo de trazer novos dados para o tema em questão.

Palavras-chave: Diversidade lingüística; Espanhol uruguaio; Formas de tratamento; *Voseo*.

Abstract:

This paper discusses the variation in the system of address forms in the singular in Uruguayan Spanish. The research is based on the analysis of advertising texts gathered in the city of Montevideo. The results show that in this textual gender *voseo* (use of *vos form*) predominates over *tuteo* (*tú form*). In the first part of the paper, we present the facts about the variation in (Latin-American) Spanish; in the second part, we present the phenomenon of *voseo* and discuss its extension in Uruguayan Spanish; in the third part, we present the methodology used in the research and a quantitative and qualitative analysis of the collected data, as well as some considerations about the phenomenon. The present article is essentially a descriptive research and it aims to capture new data for the topic in question.

Keywords: Linguistic diversity; Uruguayan Spanish; Forms of address; *Voseo*.