

***A vuestra disposición* – en torno al uso pragmático del posesivo *vuestro* en el discurso corporativo hispanoamericano**

*A vuestra disposición* – On the pragmatic use of the possessive *vuestro* in Hispano-American business communication

Carlos Rocha Ochoa

Wirtschaftsuniversität Wien (Wien, Austria)

carlos.rocha.ochoa@wu.ac.at

<https://orcid.org/0000-0002-2475-6238>

Johannes Schnitzer

Wirtschaftsuniversität Wien (Wien, Austria)

johannes.schnitzer@wu.ac.at

<https://orcid.org/0000-0002-9087-7134>

Recibido el 19/3/2024, aceptado el 3/7/2024, publicado el 11/4/2025

*Creative Commons Attribution 4.0 International*

© 2025 Carlos Rocha Ochoa, Johannes Schnitzer

**Cómo citar este artículo**

Rocha Ochoa, Carlos, Johannes Schnitzer 2025. *A vuestra disposición* – en torno al uso pragmático del posesivo *vuestro* en el discurso corporativo hispanoamericano. *Studia linguistica romanica* 2025.13, 38-66. <https://doi.org/10.25364/19.2025.13.2>.

**Resumen**

Estudios anteriores han demostrado el uso actual del posesivo *vuestro* como parte de los paradigmas de *usted* y de *ustedes* en Argentina (Fontanella de Weinberg 1995-1996), Chile (Wagner 1996-1997), Uruguay (Bertolotti 2007, 2020) y Perú (Dankel & Gutiérrez Maté 2020, 2021). Este trabajo parte de la hipótesis de que *vuestro* funciona como alternativa al polisémico *su* en contextos formales. El estudio examina la comunicación comercial escrita en los países hispanoamericanos con el objetivo de comprobar el uso de *vuestro*. La búsqueda sistemática en páginas web empresariales ha permitido extraer más de setecientos ejemplos. Los resultados constatan un uso estratégico de *vuestro* con referencia tanto singular como plural en seis países, con una presencia progresivamente mayor hacia el Cono Sur.

**Abstract**

Previous research has evidenced the current use of the possessive *vuestro* as part of the paradigms of *usted* and *ustedes* in Argentina (Fontanella de Weinberg 1995-1996), Chile (Wagner 1996-1997), Uruguay (Bertolotti 2007, 2020) and Peru (Dankel & Gutiérrez Maté 2020, 2021). This paper starts from the hypothesis that *vuestro* serves as an alternative to the polysemic *su* in formal contexts. The study examines written business communication in Spanish American countries with the aim of checking the use of *vuestro*. A systematic search in company websites yielded more than seven hundred examples. The results show a strategic use of *vuestro* with both singular and plural referents in six countries and a progressively greater presence towards the Southern Cone.

**Índice**

1 Introducción.....	40
2 Estado de la cuestión.....	42
2.1 Pérdida de <i>vosotros</i> y reanálisis de <i>vuestro</i> .....	42
2.2 Estudios sobre el fenómeno en Hispanoamérica.....	44
2.2.1 Argentina.....	44
2.2.2 Chile.....	46
2.2.3 Uruguay.....	46
2.2.4 Perú.....	48
2.3 La comunicación empresarial escrita.....	49
3 Método.....	50
3.1 Búsqueda, selección y recopilación de documentos.....	50
3.2 Etiquetado y clasificación de ocurrencias.....	52
4 Análisis de los resultados.....	53
4.1 Argentina.....	53
4.2 Chile.....	54
4.3 Uruguay.....	56
4.4 Perú.....	57
4.5 Ecuador.....	58
4.6 Paraguay.....	60
5 Limitaciones del corpus y posibles explicaciones.....	61
6 Conclusiones.....	63
Abreviaturas y referencias bibliográficas.....	64

## 1 Introducción

[1] Este trabajo tiene dos objetivos fundamentales. Por una parte, busca contribuir a la explicación del uso deferencial del determinante posesivo *vuestro* / *a(s)* – en adelante *vuestro* –, con correferencia a 2P.SG (*usted*) y 2P.PL (*ustedes*), es decir, como forma V para expresar formalidad o distancia social, en contraste con su valor de forma T de solidaridad en el español peninsular. Así, se analiza su papel como estrategia de cortesía positiva en contextos específicos, es decir, para mostrar aprecio o consideración por el estatus del interlocutor (cf. Brown & Gilman 1960). En este contexto, se considera la hipótesis de que *vuestro* esté vinculado a ciertas tradiciones discursivas (cf. Dankel & Gutiérrez Maté 2020, 2021). Por otra parte, se intenta demarcar por primera vez la extensión diatópica del fenómeno en las variedades americanas del español. En la dialectología hispánica moderna se afirma que el uso del paradigma de segunda persona plural *vosotros* está restringido a la península ibérica (cf. Jonge & Nieuwenhuijsen 2012). Con suficiente razón, Moreno de Alba (1995: 220) se refería así a la pérdida de *vosotros* como un rasgo común a los hablantes de cualquier región de América, «exceptuando usos retóricos muy excepcionales»<sup>1</sup>. Desde esta perspectiva, sería lógico suponer que con el pronombre personal desapareciera también el posesivo *vuestro*. Pero la situación es un tanto más complicada, ya que la pérdida del paradigma de *vosotros* no es total. La literatura reciente indica que el uso de *vuestro* persiste en América, pero limitado a contextos específicos, dialectales y escasamente estudiados (cf. Bertolotti 2020; Company Company 2021).

[2] La solemnidad que esta forma arcaica evoca en territorios americanos ha llevado a caracterizarla como fenómeno exclusivo de la lengua escrita formal y de la oratoria, por ejemplo, en la variedad rioplatense (Fontanella de Weinberg 1995-1996: 154), e incluso como un resabio del voseo medieval (Bertolotti 2007). En realidad, el uso actual de *vuestro* ha sido investigado de manera sistemática no solamente en el español rioplatense (Bertolotti 2007, 2020), sino también en el chileno (Wagner 1996-1997), e incluso en el Cuzco, en Perú (Dankel & Gutiérrez Maté 2020, 2021)<sup>2</sup>. Pero no se ha establecido hasta ahora su posible extensión discursiva y geográfica, lo que ha llevado a peligrosas generalizaciones<sup>3</sup>. A pesar de ser pocos, los ejemplos documentados apuntan hacia rasgos de un uso estratégico en contextos comunicativos de marcada índole formal o ceremonial en dichos ámbitos geográficos. En este sentido, nos atrevemos a decir que ciertos tipos de dis-

---

1 Lapesa (1980: 581) lo describe como «expresión retórica y muy reverencial». En Costa Rica, Quesada Pacheco (2002: 100) menciona el ámbito religioso como un contexto excepcional, y en México, Lara (2010: 24) lo ubica «en ciertos textos muy formales del discurso político y religioso».

2 Otras autoras, como Company Company (2021: 543), reconocen el uso actual de *vuestro/a* con valor deferencial en Chile y Uruguay.

3 Lara Bermejo (2022: 183) ha llegado a concluir, por ejemplo, que la elección de la forma *vuestro* «está generalizada por toda Hispanoamérica».

curso son particularmente favorables al uso de *vuestro* en la actualidad:

1. Discurso religioso.
2. Discurso jurídico-administrativo.
3. Discurso político-diplomático.
4. Discurso corporativo-comercial.
5. Discurso poético-literario.

La clasificación anterior no pretende ser exhaustiva, sino establecer que hay señas de la presencia de *vuestro* en estos ámbitos discursivos específicos y en sus puntos de encuentro.

[3] Para este proyecto de investigación hemos decidido concentrarnos en la esfera de nuestra especialidad, es decir, la del español para los negocios, conscientes de que la línea divisoria entre dichas categorías suele ser más bien borrosa (en nuestro caso lindaría con lo político y lo jurídico). Con ello en mente, presentamos en estas páginas los resultados de un análisis integral de más de setecientos ejemplos recopilados a partir de una búsqueda acotada en sitios web empresariales en los diecinueve países hispanoamericanos. A través de una búsqueda restringida por país y a un tipo de discurso que suele mostrar atributos de formalidad, hemos podido determinar algunos géneros textuales y unidades fraseológicas recurrentes, así como cierta tendencia en términos de frecuencia a nivel diatópico. Además de las regiones expuestas en otros estudios (Argentina, Chile, Cuzco y Uruguay), los resultados de nuestra investigación indican la presencia de *vuestro* como forma posesiva de valor deferencial con correferencia singular y plural en la comunicación comercial escrita en Ecuador y Perú (más allá del Cuzco), e incluso en Paraguay, como lo ilustran los siguientes ejemplos:

- (1) Presentación de una empresa de refrigeración industrial, Guayaquil, Ecuador, [airex.com.ec](http://airex.com.ec) (última consulta: 01/03/2024)  
Con el afán de que *vuestra* empresa pertenezca a nuestra familia de clientes, *lo* invitamos a solicitar una visita de nuestros técnicos para un chequeo de *sus* sistemas de aire acondicionado o refrigeración industrial.
- (2) Presentación de una empresa de viajes, Lima, Perú, [www.peruviantravelservice.com/tuagencia/peruviantravel.htm](http://www.peruviantravelservice.com/tuagencia/peruviantravel.htm) (última consulta: 01/03/2024)  
*Usted* nos indica vía mail *sus* requerimientos y *le* confeccionamos y reservamos *vuestro* viaje a *su* medida.
- (3) Informe anual 2016 de la Unión Industrial Paraguaya, Asunción, Paraguay, [uip.org.py/wp-content/uploads/2023/12/MemoriaBalanceUIP\\_2016.pdf](http://uip.org.py/wp-content/uploads/2023/12/MemoriaBalanceUIP_2016.pdf) (última consulta: 01/03/2024)  
[...] *reciban* mis respetos y agradecimientos por *vuestra* desinteresada colaboración.

## 2 Estado de la cuestión

### 2.1 Pérdida de *vosotros* y reanálisis de *vuestro*

[4] En términos de deixis social, la mayoría de las variedades dialectales americanas poseen un sistema binario para 2P.SG: *tú / usted* o *vos / usted* según la región. Pero también tenemos algunas que presentan un sistema ternario del tipo *tú / vos / usted*<sup>4</sup>, como por ejemplo en Ciudad de Guatemala, Medellín y Montevideo (Félix-Brasdefer 2019: 216). Para 2P.PL existe un sistema unitario que se expresa con la forma *ustedes*, de manera similar al español de Andalucía occidental y las Canarias, una vez que *vosotros* desapareció en América entre los siglos XVI-II y XIX<sup>5</sup>. Sin embargo, lo que solía afirmarse como la extinción de *vosotros* en América y una de las características comunes a todas las variedades hispanoamericanas, ha sido redefinido como un proceso incompleto, pues no ha desaparecido del todo ni en todos los contextos, al menos en lo que respecta a la forma posesiva *vuestro*:

El cambio más drástico es que en el español americano se perdió todo el paradigma pronominal correspondiente a la segunda persona plural de cercanía: no se emplea *vosotros-vosotras*, ni sus correspondientes posesivos, *vuestro(s)-vuestra(s)* – con la excepción de algunos usos reverenciales de *vuestro* en unos pocos países – ni el clítico *os*. (Company Company 2021: 539)

Comprobada su existencia, nos encontramos entonces ante la necesidad de describir el contexto de uso y el valor semántico-pragmático que *vuestro* posee en los países donde ocurra. En cualquier caso, no es fácil establecer con certeza si se trata del posesivo del pronombre personal *vosotros* o del antiguo *vos*; además, no está claro si se trata de una innovación o de un arcaísmo (cf. Bertolotti 2007). Sabemos que el paradigma nominal del *vos* medieval parece haber sobrevivido con su valor original en contextos especiales hasta bien entrado el siglo XX (Carrasco 2004: 270). Al menos hasta los años setenta, este *vos* y su paradigma gramatical, por lo demás semejante en todo al paradigma de *vosotros*, se asomaba aún en escenarios político-diplomáticos de sobrada solemnidad en España y en obras literarias publicadas a ambos lados del océano (Almasov 1974)<sup>6</sup>. En ese sentido, se ha sugerido que el *vuestro* americano conserva los valores del antiguo *vuestro*, pero ahora forma parte de los paradigmas de *usted* y de *ustedes* (Bertolotti 2007: 40).

4 Aquí podría incluirse Santiago de Chile, pero allí el voseo es mayormente verbal y no pronominal (cf. Torrejón 2010).

5 Bertolotti (2020) afirma que la pérdida definitiva de *vosotros* en América ocurrió en el siglo XVIII y no en el XIX, como había sugerido Moreno de Alba (2011) y sostiene Company Company (2021).

6 El *voseo* de retórica arcaizante que Almasov (1974) observó en la segunda mitad del siglo XX, por ejemplo, en la voz de Francisco Franco y de sus interlocutores, parece haber sido obviado en las investigaciones posteriores sobre *vosotros* y *vuestro* con valor deferencial.

[5] Esta teoría hace pensar sin duda en las fórmulas nominales de tratamiento honorífico que surgieron a partir del siglo XV, como *vuestra alteza*, *vuestra excelencia*, *vuestra señoría* y *vuestra merced*, esta última considerada la progenitora de *usted* (Lapesa 1987: 20). Sin embargo, estudios archivísticos recientes demuestran que *usted* no relevó a *vuestra merced*, sino que experimentó un necesario periodo de coexistencia – siglos XVII y XVIII – con el segundo antes de adquirir su valor como pronombre de respeto (García Godoy 2015). Por otro lado, se tiene constancia del uso actual de *su merced* – y la forma apocopada *sumercé* – en Colombia y países vecinos como Ecuador, Perú, República Dominicana (cf. Álvarez López & Bertolotti 2013) o Venezuela (Muñoz Suacha 2020)<sup>7</sup>. Esta forma de tratamiento puede denotar tanto respeto (forma V) como confianza (forma T), como sucedió originalmente en el siglo XVI (García Godoy 2019). En todo caso, parece que el germen de los pronombres deferenciales se halla en los siglos XVI y XVII, cuando las oportunidades de movilidad social en la España reconquistada y colonizadora generaron la necesidad de una deixis social representativa (cf. Tuten 2021).

[6] Las explicaciones para el *vuestro* americano actual han apelado al estrato semántico, argumentando que este posesivo reanalizado busca resolver la ambigüedad de la forma posesiva habitual *su* (cf. Fontanella de Weinberg 1995-1996; Wagner 1996-1997; Bertolotti 2007). Aunado a esto, se ha sugerido que posee una función estratégica como posesivo de mayor valor deferencial con correferencia tanto singular como plural (Bertolotti 2007, 2014), o bien solo plural (Dankel & Gutiérrez Maté 2020)<sup>8</sup>. Es posible que el uso de *vuestro* venga de la mano de tradiciones discursivas específicas, como se ha estudiado ya en el caso de la fórmula de tratamiento *vuestra merced* (Koch 2008), pero se ha especulado también acerca de una probable influencia de lenguas autóctonas locales a nivel cognitivo (Dankel & Gutiérrez Maté 2021).

[7] Dicho todo lo anterior, el enfoque de nuestro estudio es analizar el papel de *vuestro* como estrategia pragmática, específicamente de cortesía positiva, como suele ser el caso con las formas y fórmulas de tratamiento. Al fungir como reemplazo del posesivo habitual de forma V en español *su*, *vuestro* parece haber adquirido el carácter de una marca de formalidad. En lo esencial, los estudios empíricos recientes indican que la percepción hispanoamericana de *vuestro*, como integrante del paradigma de *vosotros*, es la de un posesivo de distancia con aire arcaico que suele asociarse al ámbito legal, diplomático o eclesiástico y no al pronombre de la misma apariencia que circula comúnmente en España (cf. Bertolotti 2007; Dankel & Gutiérrez Maté 2021).

---

<sup>7</sup> Company Company (2021: 543) circunscribe el uso actual de *su merced* (*sumercé*) a Colombia y República Dominicana.

<sup>8</sup> Según Dankel & Gutiérrez Maté (2021: 36) la percepción de *vuestro* como marca de mayor formalidad que *su* «es frecuente sobre todo en los hablantes de la ciudad».

## 2.2 Estudios sobre el fenómeno en Hispanoamérica

[8] La literatura examinada aparece aquí bajo el nombre del principal país involucrado en orden cronológico, no alfabético. En estudios anteriores se han citado otras regiones en las que podría haber algún indicio del fenómeno, pero de manera tangencial. Un buen ejemplo de esto es el último trabajo publicado sobre el tema – hasta el momento de escribir estas líneas –, centrado en la región del Cuzco:

No descartamos que investigaciones futuras puedan contribuir a restar especificidad al fenómeno cuzqueño, tanto en perspectiva sincrónica y diatópica como diacrónica. Por de pronto, sabemos que se registra en otras partes del Sur de Perú y que, además, en al menos algunas regiones de Argentina, Bolivia, Chile, Ecuador y Uruguay parecen conocer el fenómeno, pero no sabemos si en estas áreas aparece solo en casos muy aislados o si es de uso general, como en el Cuzco. (Dankel & Gutiérrez Maté 2021: 14)

Partimos entonces de la obligación de establecer si el uso de *vuestro* en las distintas regiones – Argentina, Chile, Uruguay y Cuzco – presenta una tipología definida y comparable, ya que el objetivo principal de esta investigación es encontrar patrones discursivos y geográficos específicos.

### 2.2.1 Argentina

[9] En su trabajo pionero de clasificación de los sistemas pronominales en el mundo hispanohablante a finales del siglo XX, Fontanella de Weinberg (1995-1996; 1999) caracterizó al posesivo *vuestro* como forma actual de uso alternativo al posesivo *su*, pero únicamente para 2P.PL. Desde este enfoque, el fenómeno estaría vinculado al pronombre 2P.SG *vos*, dado que el fenómeno ocurre en el español rioplatense, como se esquematiza en la tabla 1.

	Nominativo		Posesivo	
	Forma T	Forma V	Singular	Plural
2P.SG	<i>vos</i>		<i>tu / tuyo / a</i>	<i>tus / tuyos / as</i>
	<i>tú</i> <sup>9</sup>		<i>tu / tuyo / a</i>	<i>tus / tuyos / as</i>
		<i>usted</i>	<i>su / suyo / a</i>	<i>su / suyos / as</i>
2P.PL	<i>ustedes</i>		<i>su / suyo / a</i>	<i>su / suyos / as</i>
			<i>vuestro / a</i>	<i>vuestros / as</i>

Tabla 1: Sistema pronominal en Argentina y Uruguay (adaptado de Fontanella de Weinberg 1999: 1404)

Según este argumento, *vuestro* sería parte de una «alternancia bastante generalizada de formas» (Fontanella de Weinberg 1995-1996: 155-156). El único ejemplo que se presenta en el estudio, sin embargo, fue extraído de un periódico donde se

<sup>9</sup> Fontanella de Weinberg (1999: 1405) advierte que en el Uruguay existe un sistema con tres niveles de formalidad para 2P.SG, donde *vos* es íntimo, *tú* es de confianza y *usted* es formal.

citaba a un gobernador provincial en 1995, donde este se dirigía a los ciudadanos por medio del pronombre *ustedes* y, al mismo tiempo, con el determinante posesivo *vuestra*<sup>10</sup>. En el mismo contexto discursivo, una investigación mucho más reciente ha vuelto a proporcionar un ejemplo de *vuestro* en el discurso político argentino (Morgan & Schwenter 2022). En realidad, una búsqueda rápida con las palabras *vuestro* y *presidente* en sitios web con el código de país *site:ar* ofrece de inmediato otros ejemplos de discursos de famosos políticos argentinos en los que *vuestro* tiene valor deferencial:

- (4) Discurso de Néstor Kirchner el 25/05/2003, Buenos Aires, Argentina, [radiografica.org.ar/2020/10/27/los-discursos-mas-emblematicos-de-nessor-kirchner](http://radiografica.org.ar/2020/10/27/los-discursos-mas-emblematicos-de-nessor-kirchner) (última consulta: 01/03 /2024)

Con mis verdades relativas – en las que creo profundamente – pero que sé, se deben integrar con las de *ustedes* para producir frutos genuinos, espero la ayuda de *vuestro* aporte.

[10] De hecho, este tipo de discurso dista de ser exclusivo de Argentina, puesto que también los presidentes actuales de Chile y de Venezuela, por mencionar algunos, han recurrido a *vuestro* e incluso al paradigma verbal de *vosotros* en discursos oficiales recientes:

- (5) Discurso de Gabriel Boric Font el 04/04/2022 en la Casa Rosada, delante del presidente argentino, Alberto Fernández, y los ministros y funcionarios de ambos países, Buenos Aires, Argentina, [prensa.presidencia.cl/comunicado.aspx?id=190062](http://prensa.presidencia.cl/comunicado.aspx?id=190062) (última consulta: 01/03/2024)

Venimos con una comitiva de empresarios de la más diversa índole que van a estar trabajando en un foro empresarial en conjunto con sus pares argentinos para poder profundizar el intercambio comercial con *vuestro* país [...]

- (6) Discurso de Nicolás Maduro el 06/10/2021, Caracas, Venezuela, [www.semana.com/mundo/articulo/colombianos-venid-a-nosotros-con-vuestras-inversiones-nicolas-maduro-tras-reabrir-la-frontera/202116](http://www.semana.com/mundo/articulo/colombianos-venid-a-nosotros-con-vuestras-inversiones-nicolas-maduro-tras-reabrir-la-frontera/202116) (última consulta: 01/03 /2024)

Bienvenidos, colombianos y colombianas *venid* a mí, *venid* a nosotros con *vuestras* inversiones, vengan con sus inversiones [...]

Lo anterior es nula sorpresa, pues se ha demostrado ya que el uso retórico de *vosotros* y su paradigma se mantuvo en el discurso político hispanoamericano con

10 «He bajado para dar la cara y hablar con ustedes como corresponde. Quiero manifestarles mi absoluta solidaridad con *vuestra* situación», discurso del gobernador de Tucumán, *La Nueva Provincia*, Bahía Blanca, Argentina, 16-11-1995 (citado en Fontanella de Weinberg 1995-1996: 154-155).

propósitos solemnes tras las independencias y hasta bien entrado el siglo XX (cf. Vázquez Laslop & Orozco 2010; Bertolotti 2020). Sabemos también que figura todavía en los himnos nacionales de Argentina, Chile y Uruguay (Bertolotti 2020: 300). Cabe añadir, sin embargo, que el himno nacional mexicano también se dirige al público con la forma *vosotros*, pero el pronombre y su paradigma no figuran en el discurso político actual de ese país<sup>11</sup>.

### 2.2.2 Chile

[11] El primer estudio en documentar una serie de ejemplos de uso del *vuestro* deferencial en América y los correspondientes géneros textuales fue chileno. Wagner (1996-1997) observó que dicha forma posesiva ocurre en escritos formales – como cartas al editor de un medio impreso, cartas promocionales de instituciones bancarias y comunicaciones internas de instituciones universitarias, etc. – con desinencia de 2P.SG y 2P.PL. El autor se decantó por el desgaste semántico de *ustedes / su* como posible explicación del fenómeno. Con otros ejemplos chilenos más recientes, Morgan & Schwenter (2016) hablan de un *vuestro* hiperformal con desinencia plural en tarjetas de celebración. En un estudio subsecuente, los mismos autores proporcionan un par de ejemplos como evidencia del uso del *vuestro* con valor deferencial en los correos formales y los discursos políticos en Argentina y en Ecuador, donde también concluyen que la referencia gramatical es mayoritariamente 2P.PL (Morgan & Schwenter 2022).

### 2.2.3 Uruguay

[12] Bertolotti (2007) llevó a cabo un estudio diacrónico sobre el uso de *vuestro* en correferencia con *usted* y con *ustedes* por medio de corpus de los siglos XIX y XX, incluyendo además cuatro ejemplos de «comunicaciones cotidianas orales y escritas» producidas en contextos formales en el Uruguay del presente siglo (Bertolotti 2007: 19). No queda muy claro, sin embargo, cuál de estos ejemplos es una ocurrencia oral, ya que los cuatro parecen ser cartas escritas según las explicaciones de la autora:

1. *Carta de un jaguar a todos los niños*, cuento de Gabriela Armand Ugon, 2005.
  2. Carta de invitación de una institución de educación secundaria, 2006.
  3. Carta de un oyente al conductor de un programa radial, 2001.
  4. Nota enviada por la comisión de un instituto universitario a una jueza, 2005.
- Las primeras dos cartas están dirigidas a un público plural (*queridos niños y estimados padres*), mientras que las otras dos se dirigen a una sola persona (*estimado Xxxxxx* y *Señora Juez Letrado*). Además de comprobar que *vuestro* ocurre en invi-

<sup>11</sup> El segundo verso del coro reza «el acero aprestad y el bridón». De manera similar, el primer himno oficial de Nicaragua (1876) tenía el verso «esgrimid las espadas con valor». Disponible en [https://www.enriquebolanos.org/data/docs/RC\\_1965\\_04\\_N55/files/assets/downloads/page0010.pdf](https://www.enriquebolanos.org/data/docs/RC_1965_04_N55/files/assets/downloads/page0010.pdf) (Última consulta: 27/02/2025).

taciones formales (carta 2), destacamos dos tipos de discurso que suelen estar involucrados: poético-literario (carta 1) y jurídico-administrativo (cartas 3 y 4)<sup>12</sup>.

[13] De esos cuatro ejemplos nos interesan también el número de ocurrencias y los sustantivos acompañantes: (1) *vuestro país / vuestro país / vuestra región*, (2) *vuestro aporte*, (3) *vuestro programa*, y (4) *vuestra solicitud*. De manera contraria a la clasificación de Fontanella de Weinberg (1995-1996; 1999), Bertolotti (2007: 38) argumenta que *vuestro* ha entrado a formar parte no solo del paradigma de *ustedes* sino también de *usted* en el español rioplatense, como se ilustra en la tabla 2, y que lo más plausible es que haya entrado «a las casillas de las segundas de distancia a través del singular». Por otra parte, advierte que en los cuatro ejemplos se trata de una «elección estilística» para marcar un mayor grado de formalidad o deferencia (Bertolotti 2007: 39). En ese sentido, nos parece que podemos hablar de una estrategia pragmática y no solo de una «estrategia de desambiguación» o «de compensación», como se le ha denominado (cf. Bertolotti 2014: 70).

	Nominativo		Posesivo	
	Forma T	Forma V	Singular	Plural
2P.SG	<i>tú</i>		<i>tu / tuyo / a</i>	<i>tus / tuyos / as</i>
	<i>vos</i>		<i>tu / tuyo / a</i>	<i>tus / tuyos / as</i>
		<i>usted</i>	<i>su / suyo / a</i> <i>vuestro / a</i>	<i>su / suyos / as</i> <i>vuestros / as</i>
2P.PL	<i>ustedes</i>		<i>su / suyo / a</i> <i>vuestro / a</i>	<i>su / suyos / as</i> <i>vuestros / as</i>

Tabla 2: Sistema de pronombres en Uruguay a principios del siglo XXI (adaptado de Bertolotti 2007: 38)

[14] En una publicación posterior de la misma autora (Bertolotti 2014) encontramos de nuevo el último ejemplo, pero también vemos tres ejemplos adicionales, uno con correferencia singular y dos con plural. Dos de ellos son descritos como comunicaciones electrónicas. El más interesante a nivel discursivo es el extraído de un estudio brasileño sobre la percepción de *vuestro* en el ámbito europeo y en el rioplatense: «Para dejarnos *vuestros* antecedentes usted puede dirigirse a nuestra dirección de e-mail. Agradecemos *vuestro* interés en nuestra compañía» (Rebollo Couto 2011: 542-542, citado en Bertolotti 2014: 66). A pesar de no poder verificar el origen de esta cita en ausencia del material bibliográfico, rescatamos el contexto sociopragmático, ya que es bastante similar al de los casos que hemos documentado en nuestra investigación.

12 En última carta, el oyente espera que su mensaje llegue a las autoridades a través del conductor de radio.

#### 2.2.4 Perú

[15] Un par de publicaciones recientes sobre el uso de *vuestro* en la región de Cuzco, en Perú, han documentado y analizado su función discursiva de contraste como posesivo de 2P.PL, es decir, como alternativa al posesivo habitual *su* y frente al posesivo de 1P.PL *nuestro* (Dankel & Gutiérrez Maté 2020, 2021). En esa región parece tener un uso productivo dentro del discurso oral y se ha sugerido incluso que su uso podría deberse a una transferencia del quechua, lengua autóctona hablada en la región (cf. Dankel & Gutiérrez Maté 2020: 340-347). Además, esta investigación evidencia que el fenómeno ocurre no solamente en áreas voseantes o donde el voseo y el tuteo coexisten, como Argentina, Chile<sup>13</sup> y Uruguay, puesto que el Cuzco es una zona fundamentalmente tuteante. A continuación, ofrecemos un resumen de las características identificadas para el *vuestro* cuzqueño:

1. Siempre es determinante posesivo, es decir, no admite uso como pronombre.
2. Aparece en discursos formales con un público plural, pero con una frecuencia mucho menor que el posesivo *su*.
3. Suele ir antepuesto a nombres abstractos como *preferencia, comunicación y presencia*.
4. Se ha convertido en parte de expresiones formulaicas como *vuestra atención, vuestro permiso y gracias por vuestra deferencia*.
5. También parece tener un uso enfático contrastivo (p. ej.: *mío / vuestro, nuestro / vuestro*).

[16] Como base de este primer estudio sobre el *vuestro* cuzqueño figuran seis ejemplos actuales (cf. Dankel & Gutiérrez Maté 2020: 321-324), de los cuales listamos aquí la colocación y el contexto comunicativo, es decir, emisor y receptor:

1. *Gracias por vuestra preferencia*: un locutor en una transmisión radiofónica pregrabada, dirigiéndose a su audiencia, sin fecha.
2. *Con vuestro permiso*: un líder indígena, dirigiéndose a las autoridades presentes, al momento de izar la bandera de Cuzco en una protesta, sin fecha.
3. *A vuestras iniciativas, a vuestras interrogantes*: un gobernador regional en una conferencia de prensa, sin fecha.
4. *Vuestras casas*: un usuario en un foro de Internet.
5. *Vuestras universidades, vuestras tesis*: un usuario en un foro de Internet.
6. *Vuestras empresas, vuestras familias*: Comisionado de la Dirección general de comercio exterior y turismo, dirigiéndose a gerentes de varias empresas, sin fecha.

Los ejemplos indican que el *vuestro* cuzqueño se manifiesta en los ámbitos político y radiofónico, como se ha visto en Uruguay, pero también en foros de internet sobre temas diversos. Una publicación subsecuente sobre el tema ofrece un ejem-

---

<sup>13</sup> Cabe recordar que el voseo chileno es predominantemente verbal (cf. Uber 2016: 625).

plo menos actual pero muy relevante desde la perspectiva de las tradiciones discursivas. Aparentemente, la prensa cuzqueña incluía – al menos hasta la década de 1970 – una sección de avisos judiciales que comenzaban con la frase «Lo que notifico a Uds. para *vuestro* conocimiento» y fines legales (Dankel & Gutiérrez Maté 2021: 60). En cualquier caso, a pesar de ofrecer ejemplos tanto orales como escritos, el estudio no discute ni disecciona la dimensión diamésica del fenómeno.

[17] A nivel teórico, los autores profundizan en torno a un uso estratégico en oposición a uno formulaico, concluyendo que el fenómeno cuzqueño es distinto al de otras regiones, donde sería más formulaico y menos productivo (Dankel & Gutiérrez Maté 2020: 325-328). En nuestra opinión, el lenguaje formulaico puede constituir una estrategia pragmática en el marco de una interacción, es decir, la elección de una expresión convencional o formulaica en sí misma es portadora de significado pragmático<sup>14</sup>. De modo que, parece más adecuado contraponer un uso productivo a uno formulaico, y no un uso formulaico a uno estratégico.

[18] Para concluir, cabe decir que las investigaciones sobre el Cuzco no son solo las más recientes sino también las más aventuradas en términos geográficos, pues han proporcionado al menos un ejemplo de uso del *vuestro* deferencial en países menos explorados, como Ecuador<sup>15</sup> y Bolivia<sup>16</sup>, además de Arequipa, en el sur de Perú<sup>17</sup>, abriendo la puerta a futuros estudios que lleven a caracterizar mejor el fenómeno en estos lugares y posiblemente en otros.

### 2.3 La comunicación empresarial escrita

[19] Nos encontramos aquí con la primera característica particular de nuestro objeto de estudio: la comunicación escrita como punto de partida. A diferencia de la comunicación oral, la comunicación escrita tiende a ser más elaborada y precisa al contar con un mayor tiempo para su planificación, pero también suele presentar un código lingüístico más formal que su contraparte oral. Lo anterior se debe, sin duda, a las condiciones comunicativas, es decir, a su carácter monológico y a la imposibilidad de referencialización y la falta de cooperación implícitas, pero también a un mayor grado de normativización lingüística (Klein 1985: 15; Koch & Oesterreicher 2007 [1990]: 34). Esta caracterización resulta evidente en la comunicación del ámbito corporativo-comercial, y no solo en la correspondencia – cartas, correos electrónicos, etc. –, sino también en los sitios web empresariales. Estos sitios de Internet ocupan un lugar central dentro de la comunicación corpo-

14 Bardovi Harlig (2012: 145) prefiere incluso utilizar el término *pragmatic strategy* en lugar del término *formula* debido a la polisemia de este último.

15 «...Me gustaría recibir *vuestro* apoyo en el tratamiento de la información de campo», correo electrónico de una lingüista ecuatoriana, 26/01/2020 (citado en Dankel & Gutiérrez Maté 2021: 42).

16 «...Nosotros escuchamos la música *vuestra* también...», músico folclórico boliviano (Oruro) en una entrevista de televisión, 28/6/2017 (citado en Dankel & Gutiérrez Maté 2021: 42).

17 «¡Cuiden *vuestras* espaldas!», una instructora de yoga de origen arequipeño en una clase en Lima, 21/01/2020 (citado en Dankel & Gutiérrez Maté 2021: 42).

rativa contemporánea, que Breeze (2013) ha clasificado en tres categorías según el público receptor: con inversores, con empleados y con el mundo. La comunicación con el mundo o, mejor dicho, con el público en general, comprendería por una parte lo relacionado con la publicidad y el marketing, y por otra lo relativo a la imagen corporativa (Breeze 2013:147).

[20] La comunicación destinada a cimentar la imagen corporativa, es decir, a crear una representación de la identidad corporativa, se manifiesta a través de varios canales y géneros textuales, como los sitios web, las declaraciones de la misión y objetivos, los códigos de conducta y los informes (anuales, de sostenibilidad, de responsabilidad social, etc.). Entre todos ellos, los sitios web han sido definidos como el escaparate virtual por excelencia, pues su objetivo esencial es divulgar la imagen de marca de la empresa (Foroudi & Foroudi 2022: 170). Evidentemente, los sitios web empresariales pueden incluir varios tipos de comunicación en sus distintas y variopintas secciones, pero una que nunca falta, y que suele ser la más visitada después de la página principal, es aquella en la que las empresas se presentan al público. En inglés suele llamarse *About us*, pero en castellano recibe diversos nombres: *Empresa*, *Nosotros*, *Quiénes somos*, *Sobre nosotros*, etc. En esta sección ineludible se han identificado las siguientes funciones discursivas (Breeze 2013: 154-161):

1. Presentan aspectos positivos de la empresa.
2. Describen la historia, estrategia y visión de la empresa.
3. Tienen una evidente función legitimadora.
4. Contienen elementos interpersonales (pronombres, formas de tratamiento).
5. Contienen elementos impersonales (p. ej. *al cliente*, *del cliente*).
6. Son sistemas semióticos multimodales.

Sobra decir que este contexto discursivo interesa al análisis pragmático-lingüístico, pero es necesario advertir que los elementos interpersonales también pueden encontrarse en otras secciones de los sitios web empresariales. Esto se explica con mayor detalle en la discusión de los resultados de nuestro estudio para las distintas regiones involucradas (§ 4).

### 3 Método

#### 3.1 Búsqueda, selección y recopilación de documentos

[21] Como punto de partida, la búsqueda de ocurrencias de *vuestro* (*vuestr\**) en los países hispanoamericanos en el *Corpus del español del siglo XXI (CORPES XXI)* resultó de escasa utilidad para nuestra investigación, puesto que la mayoría de los casos hallados (80,7 %) provienen de trabajos literarios (categoría *Ficción*). De manera que, habiendo constatado el fenómeno en cuestión en la comunicación corporativa, y a pesar de las limitaciones derivadas del uso de frecuencias absolutas, ante la imposibilidad de acotar el universo de palabras (Gatto 2014: 43-45), optamos por la búsqueda en los sitios web empresariales no solo debido a la cantidad, sino también a la autenticidad de los datos disponibles. El proyecto implicó, por tanto, la compilación de un corpus con un número considerable de ejemplos

de uso y la subsecuente anotación y análisis a nivel diatópico, morfosintáctico, pragmático y discursivo de cada uno de ellos.

[22] En primer lugar, se realizó una búsqueda sistemática en Google con base en las tres variables que conducen nuestra investigación: (1) espacio geográfico, (2) ámbito discursivo y (3) término deseado. Para restringir la búsqueda por zona geográfica se implementó un filtro por país a través del código de búsqueda *site*:<sup>18</sup> para los dominios de nivel superior (*top-level domain*) de los diferentes países analizados (p. ej., *site:ar*, *site:cl*, *site:mx*, etc.). La combinación de palabras de búsqueda incluyó el término exacto solicitado, en este caso *vuestro* debidamente entrecomillado, así como el vocablo *empresa*, esto con el objetivo de influir en el contexto temático<sup>19</sup>. A continuación, se registró la fecha de búsqueda<sup>20</sup>, la fecha del documento en caso de haberla, y el número de resultados después del filtrado automático del sistema de búsquedas de Google<sup>21</sup>. Como es habitual, los resultados arrojaron no solo páginas web sino también algunos archivos en formato de lectura (PDF) o procesamiento de textos (MS Word).

[23] Tras la recopilación inicial de datos, se procedió al filtrado manual bajo los siguientes criterios de exclusión:

1. Textos literarios o de índole literaria.
2. Textos históricos o de índole histórica (anteriores a este siglo).
3. Textos religiosos o de índole religiosa.
4. Textos puramente jurídicos o administrativos.
5. Textos de periódicos y agencias de noticias<sup>22</sup>.
6. Portales internaciones (p. ej., TripAdvisor, Pinterest, etc.).
7. Recursos lingüísticos internacionales (p. ej., Linguee, WordReference, etc.).
8. Sitios web de empresas internacionales o extranjeras (esp. españolas)<sup>23</sup>.
9. Sitios web con otras formas del paradigma, incluyendo el pronombre personal *vosotros*, su clítico *os* y sus desinencias (p. ej., *estáis*, *podéis*, *tenéis*, etc.).
10. Páginas con léxico claramente peninsular (p. ej., *costes*, *ordenador*, etc.).

18 Este tipo de consulta permite solicitar resultados de búsqueda de las URL (*uniform resource locator*) indexadas en Google.

19 Si bien la palabra *empresa* puede repercutir en las colocaciones, los resultados muestran que el mayor sesgo es hacia el contexto discursivo deseado.

20 Todas las búsquedas se realizaron dentro del mes de enero de 2023.

21 El sistema automático de clasificación de resultados de Google se basa en cinco principios: (1) significado de la búsqueda, (2) relevancia del contenido, (3) calidad del contenido, (4) usabilidad de las páginas web y (5) contexto y configuración. Disponible en <https://www.google.com/intl/es-419/search/howsearchworks/how-search-works/ranking-results/> (Última consulta: 01/03/2024).

22 En la gran mayoría de los casos, se trata de citas textuales de hablantes peninsulares.

23 En todos los casos analizados fue necesario verificar el domicilio de la organización y en muchos de los documentos firmados se indagó a profundidad acerca de la identidad del autor o los autores. En varios sitios empresariales fue posible establecer, por medio de una búsqueda del segmento que contenía *vuestro*, que el texto había sido copiado de otro sitio.

El filtrado automático arrojó un total de 1753 resultados, pero solo poco más de la cuarta parte (27,21 %) de ellos cumplieron con los criterios de selección establecidos, como se aprecia en la tabla 3. Por otro lado, se registró la frecuencia absoluta de los ejemplos extraídos, los cuales sumaron un total de 742 ocurrencias para el conjunto de todos los países.

<b>País<sup>24</sup></b>	<b>Filtrado automático</b>	<b>Filtrado manual</b>	<b>Frecuencia absoluta</b>
ARG	186	133 (71,51 %)	202
CHI	146	92 (63,01 %)	164
URU	145	72 (49,65 %)	112
PER	117	55 (47,01 %)	92
ECU	95	55 (57,89 %)	74
PRY	72	24 (33,33 %)	31
BOL	83	11 (13,25 %)	19
VEN	66	10 (15,15 %)	14
DOM	86	8 (9,3 %)	12
PAN	47	7 (14,89 %)	9
COL	127	2 (1,57 %)	2
CRI	87	2 (2,3 %)	3
CUB	42	2 (4,76 %)	2
GTM	75	2 (2,67 %)	4
SLV	40	2 (5 %)	2
HON	54	0	0
MEX	135	0	0
NIC	44	0	0
PRI	106	0	0
<b>Total</b>	<b>1753</b>	<b>477 (27,21 %)</b>	<b>742</b>

Tabla 3: Cantidad de documentos aceptados tras el filtrado manual (en orden descendente)

### 3.2 Etiquetado y clasificación de ocurrencias

[24] El filtrado manual y la recopilación de documentos dio paso al registro de los ejemplos encontrados para quince de los diecinueve países. Sin embargo, debido a la escasa o nula cantidad de documentos analizables para la mayoría de ellos, se decidió continuar con las seis regiones que arrojaron más datos. El corpus a analizar quedó así conformado por un total de 431 documentos y 675 ejemplos

<sup>24</sup> La denominación del país es el respectivo Código Alfa-3 definido por el estándar internacional de normalización ISO 3166. Disponible en <https://www.iso.org/obp/ui/es/> (Última consulta: 01/03/2024).

de uso de *vuestro* distribuidos entre Argentina, Chile, Uruguay, Perú, Ecuador y Paraguay. Por su parte, como se colige de la tabla 3, los países restantes sumaron apenas 46 documentos con 67 ocurrencias en total.

[25] Una vez concluida la extracción de colocaciones léxicas de *vuestro* con la respectiva etiqueta de origen geográfico, se anotó en cada caso la correferencia gramatical (*tú / vos, usted, ustedes* o *S/C*, es decir, sin confirmar), así como el tipo de documento en cuestión (sección de sitio web, informe, carta, notificación, formulario, etc.). Asimismo, para todos los textos alojados dentro de sitios web se registró el nombre estandarizado de la sección correspondiente:

1. Página principal.
2. Empresa.
3. Productos, servicios.
4. Contacto.
5. Testimoniales, noticias, avisos, blog.
6. Términos y condiciones.
7. Foro, consultas.
8. Etc.

Para la última fase del análisis, es decir, en el nivel fraseológico, se buscó identificar las colocaciones más frecuentes a partir del uso constatado en distintos documentos del mismo origen geográfico. Todo ello se hizo con el fin de indagar acerca de un potencial uso convencionalizado o formulaico en las variedades hispanoamericanas mejor representadas en el conjunto de datos disponibles.

#### 4 Análisis de los resultados

##### 4.1 Argentina

[26] El código de país *site:ar* arrojó el mayor número de documentos (133) y de ocurrencias (202), con una media de 1,52 por documento. Una buena parte de los casos se encontraron en la sección *Quiénes somos* (44,5 %) de los sitios web empresariales. La segunda fuente más importante de datos fueron las cartas (17,3 %) y en tercer lugar la sección *Productos / servicios* (12,9 %) de los sitios web. En el análisis se encontraron algunas colocaciones frecuentes: *vuestra empresa* (23 ocurrencias en 19 empresas)<sup>25</sup>, *a / en / para vuestro conocimiento* (14 ocurrencias en 14 empresas) y *a vuestra disposición* (13 ocurrencias en 12 empresas)<sup>26</sup>, como se ilustra en los siguientes ejemplos:

- (7) Presentación de una empresa de control de plagas, Buenos Aires, Argentina, [www.fumigadoraurquiza.com.ar](http://www.fumigadoraurquiza.com.ar) (última consulta: 04/03/2024)  
Misión: Tratar de estar en contacto permanente con *vuestra Empresa*, co-

25 Aquí podrían sumarse otros dos casos: *vuestras empresas* (1) y *vuestra importante empresa* (1). Además, se registraron las expresiones sinónimas *vuestro negocio* (4 en 4 empresas), *vuestra compañía* (2 en 2 empresas) y *vuestra firma* (2 en 2 empresas).

26 Además, se encontró la colocación *a vuestra disponibilidad* (1).

mercio, administración o consorcio que utiliza nuestros servicios para obtener así los mejores resultados finales.

- (8) Presentación de una empresa de aplicaciones de pintura industrial, Luján de Cuyo, Mendoza, Argentina, [www.arenadoslujan.com.ar](http://www.arenadoslujan.com.ar) (última consulta: 04/03/2024)

*Bienvenido* a Arenados Lujan [...] Agradecemos la oportunidad de poner *en vuestro conocimiento* el institucional de nuestra empresa.

- (9) Presentación de una empresa fabricante de tubos de acero, Buenos Aires, Argentina, [www.anacon.com.ar](http://www.anacon.com.ar) (última consulta: 04/03/2024)

Ponemos *a vuestra disposición* nuestra empresa, *brindándoles* mejores costos y mayores soluciones.

Por otro lado, destaca el uso de mayúscula inicial en ciertos sustantivos comunes, específicamente *Empresa* (5/22), *Cliente* (2/6), *Municipio* (2/2), *Establecimiento* (1/1) y *Caso* (1/3)<sup>27</sup>.

[27] En los ejemplos recogidos para Argentina también puede constatarse la distribución de los referentes gramaticales, donde predomina *usted* (49 %), seguido por *ustedes* (31 %) y *vos* (3 %). En el resto (17 %) no fue posible establecer una correferencia clara, ya sea por la falta total de elementos deícticos como pronombres y clíticos o debido a la mezcla de distintos pronombres en el mismo texto como se muestra en el ejemplo (10), donde el posesivo *sus* puede tener correferencia tanto singular como plural.

- (10) Presentación de una empresa de asesoría nutricional, Buenos Aires, Argentina, [gsalimentarte.com.ar/index.php/compromiso-con-la-calidad](http://gsalimentarte.com.ar/index.php/compromiso-con-la-calidad) (última consulta: 04/03/2024)

Queremos ser parte de *vuestro* equipo, aportando nuestro conocimiento y experiencia en un aspecto tan importante como el servicio de alimentación para *sus* colaboradores.

## 4.2 Chile

[28] Los documentos (92) y los ejemplos (164) obtenidos por medio del código de país *site:cl* no son los más numerosos, pero sí son los que presentan una mayor densidad con una media de 1,78 por documento. Como en el caso de Argentina, el mayor número de casos surgió dentro de las secciones *Quiénes somos*

<sup>27</sup> Los últimos dos provienen del mismo documento, en el cual el posesivo *vuestro* figura también con mayúscula inicial. Disponible en <http://www.vipseguridadprivada.com.ar/laempresa.html> (Última consulta: 04/03/2024). A la fecha de publicación, el documento es accesible únicamente a través de su versión archivada: <http://web.archive.org/web/20230405101444/http://www.vipseguridadprivada.com.ar/laempresa.html> (Última consulta: 17/03/2025).

(28,66 %) y *Productos / servicios* (19,51 %) de los sitios web empresariales, pero también en las cartas (20,73 %). Las colocaciones más frecuentes fueron *a vuestra disposición* (16 ocurrencias en 16 empresas), *a / en / para vuestro conocimiento* (11 ocurrencias en 11 empresas) y *vuestra empresa* (8 ocurrencias en 5 empresas)<sup>28</sup>, como se ilustra en los siguientes ejemplos:

- (11) Presentación de una empresa de turismo, Santiago, Chile, [www.ekatours.cl/quienes-somos](http://www.ekatours.cl/quienes-somos) (última consulta: 01/03/2024)  
[...] siendo una de las primeras Operadoras en obtener el Sello de Calidad Turística en Chile [...] lo que nos permite hoy con gran orgullo, poner *a vuestra disposición* nuestro Nuevo Catálogo, que seguro será de gran ayuda para *Uds.*
- (12) Presentación de una empresa inmobiliaria, Santiago, Chile, [gestionyadministracion.cl/quienes\\_somos.html](http://gestionyadministracion.cl/quienes_somos.html) (última consulta: 01/03/2024)  
La presente tiene por objeto de presentarnos ante *Uds.* y ofrecer a *vuestra* Comunidad nuestros servicios de Administración de Edificios y Condominios [...] *Para vuestro conocimiento* Gestad Ltda es una sociedad integrada por [...]
- (13) Presentación de los servicios de una empresa de desarrollo web y hosting, Iquique, Chile, [www.arsijo.cl/servicios.html](http://www.arsijo.cl/servicios.html) (última consulta: 01/03/2024)  
Conozca *su* verdadero potencial. Salude a *su* NUEVA VERSIÓN. Nos enfocamos principalmente en Gestionar *vuestros* Dominios, alojar *vuestra* información en un Hosting Profesional, crear e implementar *vuestros* Correos Corporativos, Desarrollar *vuestro* Sitio Web y Marketing Digital inicial, todo esto incluido en la optimización a la administración de *vuestra empresa*.

[29] De los tres ejemplos se puede colegir además que el uso de mayúsculas iniciales en los sitios web empresariales chilenos es abundante y no se limita a los sustantivos comunes. Por lo demás, y de manera similar a algunas empresas argentinas, vemos un uso repetido y casi consistente de *vuestro*, pero incluso en estos se observa una alternancia con el posesivo convencional *su*, como se ilustra en el ejemplo (13). En cuanto a la distribución de referentes gramaticales, predomina *usted* (48 %), seguido por *ustedes* (26 %) y *tú* (12 %). En el resto (15 %) no fue posible establecer una correferencia, ya sea por la falta de pronombres / clíticos específicos o debido a la mezcla de distintos pronombres en el mismo texto como se aprecia en el ejemplo (14), donde el referente gramatical inmediato de *vuestro* puede ser *ustedes*, pero tampoco excluye la posibilidad de *tú*.

<sup>28</sup> Aquí podrían sumarse *vuestras empresas* (1) y *vuestra importante empresa* (1). Asimismo, se registraron las expresiones sinónimas *vuestro negocio* (4 en 4 empresas), *vuestra compañía* (2 en 2 empresas) y *vuestra firma* (2 en 2 empresas).

- (14) Presentación de los servicios de una empresa de subcontratación, Santiago, Chile, [www.realbox.cl/software-flujo-de-caja/plan-terceriza-software-flujo-de-caja](http://www.realbox.cl/software-flujo-de-caja/plan-terceriza-software-flujo-de-caja) (última consulta: 05/03/2024)  
TENEMOS UN PLAN SI *TU* EMPRESA NO TIENE QUIEN ADMINISTRE EL FLUJO DE CAJA. De esta manera, Realbox actualizará y conciliará *vuestro* Flujo de Caja por *ustedes*.

### 4.3 Uruguay

[30] Aunque la cantidad de documentos (72) y de ocurrencias (112) halladas a través del código de país *site:uy* es menor que para Chile y para Argentina, la densidad de ocurrencias de *vuestro* es similar a la de esta última, con una media de 1,55 ocurrencias por documento. Pero a diferencia de lo visto en los países vecinos, la mayoría de los ejemplos uruguayos surgieron no solo de las secciones *Quiénes somos* (23,2 %) y *Productos / servicios* (20,5 %), sino también de la sección *Noticias / prensa* (20,5 %), mientras que las cartas ofrecieron menos ejemplos (13,4 %). Por otro lado, y de manera similar a los resultados de los dos países anteriores, las colocaciones más frecuentes fueron *a / en / para vuestro conocimiento* (13 ocurrencias en 13 empresas) y *a vuestra disposición* (10 ocurrencias en 10 empresas)<sup>29</sup>, como se aprecia en los siguientes ejemplos:

- (15) Publicación del 08/04/2007 en la sección de noticias de un laboratorio microbiológico, Montevideo, Uruguay, [www.zeng.com.uy/16-anos-zeng-laboratorio-microbiologico](http://www.zeng.com.uy/16-anos-zeng-laboratorio-microbiologico) (última consulta: 05/03/2024)  
Tenemos al [sic] agrado de llevar *a vuestro conocimiento* que nuestro laboratorio esta [sic] ampliando la línea de servicios de análisis microbiológicos [...] Por este motivo nos ponemos a *su* disposición para *ayudarle* a verificar la calidad [...]
- (16) Presentación de una empresa de transporte terrestre, Montevideo, Uruguay, [www.bfp.com.uy/empresa.html](http://www.bfp.com.uy/empresa.html) (última consulta: 05/03/2024)  
Ponemos *a vuestra disposición* nuestra concepción de un servicio integral, con el objetivo de apoyar a *vuestra empresa* en el desarrollo de sus operaciones y dar una respuesta adecuada a sus necesidades.

[31] La mayúscula inicial en los sustantivos comunes parece tener un papel menor en el contexto uruguayo, incluso ante la presencia de *vuestro*. De hecho, solo seis de los 112 ejemplos contienen mayúscula inicial y todos ellos se ubican en documentos impresos como cartas (*vuestro / a + Organismo* (2), *Asociación* (1), *Presidente* (1) o formularios (*vuestro + Certificado Digital* (1), *Registro de*

<sup>29</sup> Incluye también *a vuestra entera disposición*, que figura dos veces en un mismo documento. Una expresión sinónima que no se ha incluido es *a vuestro servicio*, registrada una sola vez.

*Proveedores* (1)), no en los textos de las páginas web empresariales. Por último, la distribución de los referentes gramaticales fue muy similar a lo visto para Argentina, con *usted* (45,5 %) a la cabeza, seguido por *ustedes* (33 %) y *vos / tú* (4,5 %). En el resto (17 %) no fue posible establecer una correferencia clara, mayoritariamente debido a la falta de elementos deícticos en la totalidad del texto analizado, como se observa en el siguiente ejemplo:

- (17) Presentación de una empresa de organización de eventos, Santa Rosa, Canelones, Uruguay, [www.ineventos.uy/eventplanner](http://www.ineventos.uy/eventplanner) (última consulta: 05/03/2024)

La pasión por los eventos nos enseñó a desarrollar el 'arte de las emociones'. Trabajamos día a día para crear nuevas experiencias que sean de *vuestro* agrado.

#### 4.4 Perú

[32] El número de documentos (55) y ejemplos (81) obtenidos por medio del código de país *site:pe* fue menor que para los tres países presentados más arriba, con una media de 1,47 ocurrencias por documento. En cuanto a las fuentes de origen, la sección *Quiénes somos* (28,3 %) de los sitios web empresariales produjo la mayor cantidad de ejemplos. A diferencia de los otros países, la sección *Productos / servicios* de los sitios web representó una fuente menor de los ejemplos obtenidos (7,6 %). En realidad, las cartas (22,8 %) y sobre todo los documentos formales no clasificados como *cartas* sino como *avisos, formularios o resoluciones* (29,3 %) produjeron una notable cantidad de resultados en conjunto. Esto explicaría en buena parte la colocación más frecuente, *vuestro despacho* (25 ocurrencias en 9 empresas)<sup>30</sup>, ilustrada en el ejemplo (18). La segunda colocación más frecuente identificada es *a vuestra disposición* (7 ocurrencias en 7 empresas)<sup>31</sup>, ilustrada en el ejemplo (19).

- (18) Carta con fecha 10/08/2020 del jefe de asesoría y defensa legal de una empresa municipal de saneamiento, Puno, Perú, [www.minem.gob.pe/minem/archivos/file/Electricidad/publicaciones/propuestas/PP\\_GENRENT\\_1.pdf](http://www.minem.gob.pe/minem/archivos/file/Electricidad/publicaciones/propuestas/PP_GENRENT_1.pdf) (última consulta: 05/03/2024)

Ing. Xxxxx. Me dirijo a su despacho para *informarle y recomendarle* lo siguiente: [...] Que *vuestro despacho* disponga la suspensión de todos los procedimientos administrativos [...]

30 Doce repeticiones fueron extraídas de un mismo documento, mientras que el resto se encontró en otros ocho documentos.

31 Además, se encontró la expresión sinónima *a vuestro servicio* (3) en tres documentos distintos.

- (19) Presentación de los servicios de un operador turístico, Lima, Perú, [peruatravel.com/es/experiencias/latinoamerica](http://peruatravel.com/es/experiencias/latinoamerica) (última consulta: 05/03/2024)  
[...] con alianzas para productos comunes y propios que ponemos a *vuestra disposición*. En los productos que ofrecemos *apreciaran* [sic] las ofertas MULTIDESTINOS mas [sic] solicitados [sic] por los clientes de diversas latitudes.

[33] El predominante contexto institucional puede verse también como posible causa del uso de mayúsculas en varios de los sustantivos comunes acompañados por *vuestro*: *Despacho* (13), *Banco* (3), *Institución* (2), *Consejo Directivo* (1), *Comité* (1), *Entidad* (1). De hecho, apenas seis de los 112 ejemplos contienen mayúscula inicial y todos ellos se encuentran en documentos impresos formales como cartas (*vuestro* / *a* + *Asociación*, *Organismo* (2), *Presidente*) o formularios (*vuestro* + *Certificado Digital*, *Registro de Proveedores*), no en los textos de las páginas web empresariales. Por último, la distribución de los referentes gramaticales es muy similar a lo visto para Argentina, con *usted* (45,5 %) a la cabeza, seguido por *ustedes* (33 %) y *tú* (4,5 %). En el resto (17 %) no fue posible establecer una correferencia clara, mayoritariamente debido a la falta de pronombres y clíticos en la totalidad del texto.

- (20) Presentación de una empresa de reparación de máquinas de soldar, Talara, Piura, Perú, [www.reparaciondemaquinasdesoldarjdv.com](http://www.reparaciondemaquinasdesoldarjdv.com) (última consulta: 05/03/2024)  
Realizamos mantenimiento preventivo, predictivo y correctivo para el correcto funcionamiento y control de *sus* equipos. Contamos con personal técnico y especialistas sumamente capacitados y con suma experiencia en el rubro siendo responsables y conscientes de la importancia que *su* trabajo representa para *vuestro* negocio.

#### 4.5 Ecuador

[34] El código de país *site:ec* y el posterior análisis de resultados arrojaron el mismo número de documentos (55) que los registrados para Perú, pero una menor cantidad de ocurrencias de *vuestro* (74), con una media de 1,34 por documento. La mayoría de estos ejemplos se encontraron en cartas (33,8 %) y en la sección *Quiénes somos* (27 %) de los sitios web, aunque destaca también la sección *Noticias* (16,2 %) como tercera fuente de ocurrencias. Otra particularidad del contexto ecuatoriano es la presencia del ámbito gubernamental, considerando que un 42 % de los documentos (23/55) y las ocurrencias contenidas (31/74) provienen de las llamadas *empresas públicas municipales*, como se aprecia en los ejemplos (21) y (22) más abajo. Dichas empresas han sido definidas como *compañías de economía mixta*, es decir, constituidas por fondos tanto públicos como privados para la

prestación de servicios públicos municipales (cf. Ramón Valarezo & Torres Dávila 2004: 152).

[35] En ese sentido, constatamos que *vuestro* surge, por un lado, en las cartas entre las autoridades gubernamentales y las empresas públicas municipales y, por el otro, en sus sitios web, concretamente en la sección de noticias dirigida a la ciudadanía. Un tercer canal de comunicación es la sección de consultas, donde la empresa municipal recibe preguntas de los interesados. Lo anterior puede explicar en buena medida las dos colocaciones más frecuentes identificadas: *vuestra empresa* (11 ocurrencias en 11 empresas) y *a / de / en vuestro conocimiento* (9 ocurrencias en 9 empresas), las cuales se ilustran en los siguientes ejemplos:

- (21) Pregunta de un cliente a una empresa pública de electricidad el 28/08/2019, isla Santa Cruz, Galápagos, Ecuador, [www.compraspublicas.gob.ec/ProcesoContratacion/compras/PC/pregunta.cpe?id=VE7j26W9XKtWAXCaV0XGXvqcIKN6\\_X4Z7UMfeDs8Y\\_M](http://www.compraspublicas.gob.ec/ProcesoContratacion/compras/PC/pregunta.cpe?id=VE7j26W9XKtWAXCaV0XGXvqcIKN6_X4Z7UMfeDs8Y_M) (última consulta: 05/03/2024)  
*Les solicitamos indicar si de requerirse el abastecimiento en días tales como sábados o domingos, el personal de vuestra empresa estará disponible [...]*
- (22) Carta de un supervisor técnico al gerente de una empresa pública de electricidad el 08/06/2021, Quito, Ecuador, [www.controlrecursosyenergia.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2021/12/ARCERNNR-CTRCE-2021-1597-OF.pdf](http://www.controlrecursosyenergia.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2021/12/ARCERNNR-CTRCE-2021-1597-OF.pdf) (última consulta: 05/03/2024)  
 Señor ingeniero, Gerente General - CORP [...] De mi consideración: Como es *de vuestro conocimiento*, la Ley Orgánica del Servicio Público de Energía Eléctrica [...]

Una colocación repetida pero menos frecuente que en los datos recogidos para otros países es *a vuestra disposición* (4 ocurrencias en 4 empresas), así como las expresiones sinónimas *a vuestro servicio* (2 ocurrencias en 2 empresas) y *a vuestras órdenes* (1 vez). Por otro lado, la identificación de los referentes gramaticales solo fue posible para dos terceras partes de los datos y arrojó resultados bastante distintos. Aquí, *ustedes* (42 %) aparece por delante de *usted* (24 %) y de *tú* (3 %), mientras que el resto (31 %) reveló falta de correferencia o de consistencia, pasando en muchos casos de 2P.PL a 2P.SG o incluso a 3P.PL en el mismo texto, como se ilustra en el siguiente ejemplo:

- (23) Noticia de una empresa municipal de agua potable y alcantarillado el 14/06/2021, Quevedo, Ecuador, [www.epmapaq.gob.ec/2021/06/nuestros-servicios-3](http://www.epmapaq.gob.ec/2021/06/nuestros-servicios-3) (última consulta: 05/03/2024)  
 La EPMAPAQ gerenciado [sic] por el ingeniero Xxxxx Xxxx pone *a vuestra disposición*, los servicios que oferta la Empresa [...] *Los usuarios pueden*

acceder a todos los servicios sin costo alguno [...] *Paga* a tiempo *tu* tarifa básica mensual.

#### 4.6 Paraguay

[36] No tenemos constancia de ningún estudio a la fecha donde se mencione siquiera de forma residual el uso deferencial de *vuestro* en Paraguay. Sin embargo, el filtrado manual de los resultados obtenidos mediante el código de país *site:py* produjo 31 ejemplos alojados en 24 documentos, lo que significa una media de 1,3 ocurrencias por documento. Más de la mitad de estos ejemplos se obtuvieron de los sitios web empresariales, específicamente de las secciones *Quiénes somos* (9/31) y *Productos / servicios* (8/31). La tercera fuente de datos fueron los informes anuales (6/31)<sup>32</sup>, los cuales representan una ínfima parte de los documentos coleccionados para todos los países. Lo habitual es que *vuestro* se utilice en la introducción de estos informes anuales al dirigirse a los accionistas de la empresa, pero tres de las ocurrencias extraídas de estos documentos son en realidad textos reproducidos de correos electrónicos. Lo anterior sugiere que la incidencia de *vuestro* en los correos electrónicos puede ser mayor de lo que el alcance de este estudio permite determinar. Por lo demás, a pesar del reducido tamaño del conjunto, se identificaron colocaciones repetidas que coinciden con las registradas para otras regiones hispanoamericanas: *a vuestra disposición*<sup>33</sup> (4 ocurrencias en 4 empresas), *vuestra empresa*<sup>34</sup> (2 ocurrencias en 2 empresas) y *a / de vuestro conocimiento* (2 ocurrencias), las cuales se ilustran en los siguientes ejemplos:

- (24) Presentación de los servicios de una empresa de gestión de viajes y eventos corporativos, Asunción, Paraguay, [www.ami.com.py/services.html](http://www.ami.com.py/services.html) (última consulta: 05/03/2024)  
[...] ponemos *a vuestra disposición* información y consejos de aplicación inmediata para hacer que *sus* viajes sean satisfactorios. [...] RESERVAS AÉREAS Cualquier cosa que *necesite* ... estamos para *servirle*.
- (25) Carta de la Asociación de restaurantes del Paraguay al Ministerio de industria y comercio el 16/03/2020, Asunción, Paraguay; [www.arpy.com.py/propuesta-arpy-al-mic](http://www.arpy.com.py/propuesta-arpy-al-mic) (última consulta: 05/03/2024)  
Excelentísima Señora Ministra [...] Como es *de vuestro conocimiento*, la industria gastronómica, en forma cotidiana, aporta sus esfuerzos a la economía de nuestro país [...]

<sup>32</sup> Extraídos de tres informes anuales de tres empresas distintas.

<sup>33</sup> Además, se registró la expresión sinónima *a vuestro servicio* (1).

<sup>34</sup> Además, se registró la expresión sinónima *a vuestra compañía* (1).

En cuanto a los referentes gramaticales, notamos una predominancia aún mayor de *usted* que la registrada para los datos de Argentina, Chile, Uruguay y Perú, ya que más de la mitad de las ocurrencias (18/31) están vinculadas a esta persona gramatical, tal y como se ilustra en los ejemplos (24) y (25). Por otro lado, aunque *ustedes* (9/31) parece tener un papel menor, la escasa cantidad de datos con respecto a los otros países dificulta cualquier generalización. En el resto de los ejemplos paraguayos (4/31) constatamos construcciones impersonales que impidieron identificar algún referente gramatical.

## 5 Limitaciones del corpus y posibles explicaciones

[37] Desde un punto de vista metodológico, es innegable que el filtrado automático de Google puede incidir en la cantidad final de resultados utilizables. El número de ocurrencias constatadas para Argentina podría explicarse también por el mayor número de sitios web con el dominio de nivel superior *.ar* (794831)<sup>35</sup>; sin embargo, este factor no explicaría la elevada cantidad de ocurrencias observadas para Uruguay, dado que el número de sitios web con el dominio *.uy* es diez veces menor (80899)<sup>36</sup>. Asimismo, la presencia de *vosotros* en los manuales escolares en el área rioplatense (cf. López García 2015) es una explicación insuficiente, pues no justifica el uso exclusivo del posesivo ni los contextos restringidos de uso. Además, *vosotros* aparece en libros de texto de educación obligatoria en zonas de Hispanoamérica en las que no hay evidencia del uso de *vuestro*, por no mencionar la literatura extranjera en traducción castellana que predomina en las librerías de toda América Latina.

[38] Los hallazgos del análisis no solo confirman la presencia de *vuestro* en la comunicación empresarial de Argentina, Chile y Uruguay, sino también de Perú, Ecuador y Paraguay. Sin embargo, la extracción y el análisis de datos parten de una base exploratoria con un contexto textual y discursivo en común, de manera que no representan la extensión del fenómeno más allá del ámbito en cuestión. Prueba de ello es el hecho de que buena parte de los documentos excluidos provienen del ámbito legal, pero no exclusivamente. En el ámbito de la educación superior en Ecuador, por ejemplo, parece haber una tradición discursiva que mantiene el uso de *vuestro* en la correspondencia y en las dedicatorias de los trabajos académicos. De la misma manera, *vuestro* – o incluso el paradigma entero de *vosotros* – está presente en la tradición discursiva de los juramentos de funcionarios en un gran número de países del espacio hispanoamericano desde Argentina hasta Guatemala<sup>37</sup>. De hecho, el fenómeno parece tener características propias en el área

35 Números de Domain Name Stat. Disponible en <https://domainnamestat.com/statistics/tld/others> (Última consulta: 08/03/2024).

36 Números de Domain Name Stat. Disponible en <https://domainnamestat.com/statistics/tld/others> (Última consulta: 08/03/2024).

37 Un ejemplo puede verse en el juramento de toma de posesión del alcalde de Fray Bartolomé de las Casas, un municipio ubicado en Alta Verapaz, Guatemala, con fecha 15/01/2020. Disponible en [http://sistemas.segeplan.gob.gt/share/SCHESSINIP/OTROS\\_DOCUMENTOS/260494-AFYUD-](http://sistemas.segeplan.gob.gt/share/SCHESSINIP/OTROS_DOCUMENTOS/260494-AFYUD-)

centroamericana y consideramos que amerita investigaciones al respecto<sup>38</sup>.

[39] En el marco de los datos analizados para nuestro estudio, nos atrevemos a decir que la tendencia es un uso progresivamente mayor en el Cono Sur y menor hacia los Andes, como se ilustra en la figura 1. Esto implicaría concluyentemente a otras variedades del español más allá del rioplatense, el chileno y el cuzqueño. Asimismo, la influencia de las tradiciones discursivas es patente en las colocaciones más frecuentes halladas en los seis países: *a vuestra disposición*, *a vuestra empresa*, *a / en / para vuestro conocimiento*. Por otra parte, no descartamos una presencia más significativa y otro tipo de colocaciones recurrentes en Bolivia e incluso en países como Venezuela, Panamá y República Dominicana que la que nuestros datos han evidenciado para el ámbito corporativo-comercial.



Figura 1: Distribución de frecuencias absolutas para los países analizados

[YWSTE.pdf](#) (Última consulta: 07/03/2024).

38 Véase, por ejemplo, el *Manual de protocolo* (2017) del Ministerio de relaciones exteriores de Panamá, donde aparece una explicación del uso de fórmulas honoríficas con *vuestro*: «Se dice Su Excelencia cuando nos referimos a alguien en tercera persona y Vuestra Excelencia, cuando es segunda persona del singular.» Disponible en <https://mire.gob.pa/images/links/MANUAL-10-7-17-reduced.pdf> (Última consulta: 08/03/2024).

## 6 Conclusiones

[40] Como se ha explicado en la introducción, este trabajo de investigación surge como el primer intento de delimitar la extensión discursiva y geográfica de *vuestro* en su carácter de determinante posesivo de *usted* y *ustedes*. Con ese objetivo se han compilado y analizado más de setecientos ejemplos de uso extraídos de la comunicación escrita en el ámbito empresarial y comercial de los países hispanoamericanos. En la comunicación corporativa y comercial, entendida aquí como un tipo de discurso particular, verificamos que *vuestro* ocurre en varios países. Observamos en primer lugar una distribución diatópica desigual, destacando los países del Cono Sur – Argentina, Chile y Uruguay –, seguidos por Perú, Ecuador y, en menor medida, Paraguay. Todo esto, sin embargo, se proyecta a partir de frecuencias absolutas debido a la naturaleza del corpus. En cuanto a los géneros textuales, los datos indican una mayor frecuencia de uso en las cartas (Perú, Ecuador), en las secciones *Quiénes somos* y *Productos / servicios* de los sitios web empresariales (Argentina, Chile, Paraguay), e incluso en la categoría de *Noticias / Prensa* (Uruguay).

[41] Respecto a las características formales, aunque no descartamos un uso como estrategia de desambiguación, podemos concluir que estamos ante una estrategia de cortesía, o un recurso estilístico si se prefiere, cuyo objetivo es expresar un grado adicional de formalidad o deferencia ante el interlocutor en un acto de habla determinado. Todo indica que *vuestro* forma parte del paradigma de *usted* y de *ustedes* en todos los países analizados y no solo en Chile y en Uruguay, como la literatura existente sugería. De hecho, con excepción de los datos de Ecuador, observamos un uso más frecuente con correferencia singular que plural, lo cual puede deberse al respectivo ámbito discursivo. Por lo demás, confirmamos que la caracterización del *vuestro* cuzqueño es válida en su mayor parte para otras zonas de Hispanoamérica: siempre es determinante posesivo, aparece en discursos formales, aunque con menos frecuencia que *su*, suele ir antepuesto a nombres abstractos, se ha convertido en parte de expresiones formulaicas, y también parece tener un uso enfático contrastivo (p. ej.: *nuestro / vostro*).

[42] Por último, el uso de mayúsculas iniciales y la recurrencia de colocaciones como *a vuestra disposición*, *a / en / de / para vostro conocimiento*, *vuestra empresa / Empresa* y *vostro despacho / Despacho* sugieren un uso estratégico de *vuestro* con raíces en las fórmulas de cortesía, pero no exclusivamente. Lo anterior implicaría similitudes con el *vuestro* utilizado en época colonial, cuya trayectoria continuó en América en tipos de discurso como el poético-literario, el religioso, el político-diplomático y, por extensión, el jurídico-administrativo. Esto explicaría el uso restringido y formulaico en discursos políticos, juramentos de funcionarios y fórmulas de cortesía que pueden encontrarse en países que arrojaron una cantidad nula o escasa de datos para nuestro estudio. Por ello subrayamos la necesidad de nuevas investigaciones que ayuden a determinar el uso de *vuestro* en otros tipos de discurso, considerando siempre la variación diamésica.

### Abreviaturas y referencias bibliográficas

- Almasov 1974 = Alexey Almasov 1974. *Vos* and *vosotros* as formal address in modern Spanish. *Hispania* 57.2, 304-310. <https://www.jstor.org/stable/339833>.
- Álvarez López & Bertolotti 2013 = Laura Álvarez López, Virginia Bertolotti 2013. Usos americanos de *su merced* en el siglo XIX. *Lexis* 37.1, 5-32. <https://doi.org/10.18800/lexis.201301.001>.
- Bardovi-Harlig 2012 = Kathleen Bardovi-Harlig 2012. Variation in the pragmatic use of conventional expressions. J. César Félix-Brasdefer, Dale A. Koike (eds.). *Pragmatic variation in first and second language contexts. Methodological issues*. Benjamins, 141-174.
- Bertolotti 2007 = Virginia Bertolotti 2007. La cuestión de *vuestro/a(s)*: vitalidad medieval y clásica en el español del Uruguay. Virginia Bertolotti, Serrana Caviglia, Sylvia Costa, Mariela Grassi, Marisa Malcuori, M. Dolores Muñoz Núñez (eds.). *Estudios de lingüística hispánica*. Universidad de Cádiz, 12-41.
- Bertolotti 2014 = Virginia Bertolotti 2014. Pronombres posesivos en el español rioplatense: tres casos de reanálisis. *Traslaciones. Revista latinoamericana de lectura y escritura* 1.1, 56-74. <https://revistas.uncu.edu.ar/ojs/index.php/traslaciones/article/view/194>.
- Bertolotti 2020 = Virginia Bertolotti 2020. The loss of *vosotros* in American Spanish. Martin Hummel, Célia dos Santos Lopes (eds.). *Address in Portuguese and Spanish. Studies in diachrony and diachronic reconstruction*. De Gruyter, 291-316.
- Breeze 2013 = Ruth Breeze 2013. *Corporate discourse*. Bloomsbury.
- Brown & Gilman 1960 = Roger Brown, Albert Gilman 1960. The pronouns of power and solidarity. Thomas A. Sebeok (ed.). *Style in language*. The MIT Press, 253-276.
- Carrasco 2004 = Félix Carrasco 2004. El paradigma del voseo y la correlación familiaridad/cortesía: perspectiva diacrónica. *Lexis. Revista de lingüística y literatura* 28.1-2, 261-272. <https://doi.org/10.18800/lexis.20040102.009>.
- Company Company 2021 = Concepción Company Company 2021. La sintaxis. Eva M. Eckkrammer (ed.). *Manual del español en América*. De Gruyter, 529-546.
- CORPES XXI = Real Academia Española (ed.) 2023. *Corpus del español del siglo XXI (CORPES)*. Versión 1.0. <https://www.rae.es/corpes/>.
- Dankel & Gutiérrez Maté 2020 = Philipp Dankel, Miguel Gutiérrez Maté 2020. *Vuestra atención, por favor* 'your attention, please'. Some remarks on the usage and history of plural *vuestro/a* in Cusco Spanish (Peru). Martin Hummel, Célia dos Santos Lopes (eds.). *Address in Portuguese and Spanish. Studies in diachrony and diachronic reconstruction*. De Gruyter, 317-360.
- Dankel & Gutiérrez Maté 2021 = Philipp Dankel, Miguel Gutiérrez Maté 2021. El uso de *vuestro* en el español de Cuzco: nuevos datos y nuevas perspectivas de estudio. *Lexis. Revista de lingüística y literatura* 45.1, 5-76. <https://doi.org/10.18800/lexis.202101.001>.
- Félix-Brasdefer 2019 = J. César Félix-Brasdefer 2019. *Pragmática del español. Contexto, uso y variación*. Routledge.
- Fontanella de Weinberg 1995-1996 = María B. Fontanella de Weinberg 1995-1996. Los sistemas pronominales de segunda persona en el mundo hispánico. *Boletín de filología* 35.1, 151-162. <https://boletinfilologia.uchile.cl/index.php/BDF/article/view/19195/20319>.
- Fontanella de Weinberg 1999 = María B. Fontanella de Weinberg 1999. Sistemas pronominales de tratamiento usados en el mundo hispánico. Violeta Demonte, Ignacio Bosque (eds.). *Gramática descriptiva de la lengua española. Vol. 1. Sintaxis básica de las clases de palabras*. Espasa Calpe, 1399-1426.
- Foroudi & Foroudi 2022 = Mohammad Mahdi Foroudi, Pantea Foroudi 2022. *Corporate brand design. Developing and managing brand identity*. Routledge.

- García Godoy 2015 = María T. García Godoy 2015. El cambio *vuestra merced* > *usted* desde la documentación archivística. Juan P. Sánchez Méndez, Mariela de la Torre, Viorica Codita (eds.). *Temas, problemas y métodos para la edición y el estudio de documentos hispánicos antiguos*. Tirant Humanidades, 661-694.
- García Godoy 2019 = María T. García Godoy 2019. Una nueva hipótesis diacrónica sobre *su merced* como tratamiento informal. *Bulletin of Hispanic Studies* 96.2, 107-125.
- Gatto 2014 = Maristela Gatto 2014. *The web as corpus. Theory and practice*. Bloomsbury.
- Jonge & Nieuwenhuijsen 2012 = Bob de Jonge, Dorien Nieuwenhuijsen 2012. Forms of address. José I. Hualde, Antxon Olarrea, Erin O'Rourke (eds.). *Handbook of Hispanic linguistics*. Wiley-Blackwell, 247-262.
- Klein 1985 = Wolfgang Klein 1985. Gesprochene Sprache - geschriebene Sprache. *Zeitschrift für Literaturwissenschaft und Linguistik* 59, 9-35.
- Koch 2008 = Peter Koch 2008. Tradiciones discursivas y cambio lingüístico: el ejemplo del tratamiento *vuestra merced* en español. Johannes Kabatek (ed.). *Sintaxis histórica del español y cambio lingüístico: Nuevas perspectivas desde las tradiciones discursivas*. Iberoamericana, Vervuert, 53-87.
- Koch & Oesterreicher 2007 [1990] = Peter Koch, Wulf Oesterreicher 2007. *Lengua hablada en la Rumania. Español, francés, italiano*. Gredos [traducción de *Gesprochene Sprache in der Rumania. Französisch, Italienisch, Spanisch*. Niemeyer].
- Lapesa 1980 = Rafael Lapesa 1980. *Historia de la lengua española*. 8a edición. Gredos.
- Lapesa 1987 = Rafael Lapesa 1987. *Estudios lingüísticos, literarios y estilísticos*. Universitat de València.
- Lara 2010 = Luis Fernando Lara (ed.) 2010. *Diccionario del español de México. Vol. 1. A-guzgo*. El Colegio de México.
- Lara Bermejo 2022 = Víctor Lara Bermejo 2022. *Historia de los pronombres de tratamiento ibero-romances. Península ibérica, América, África y Filipinas*. Iberoamericana, Vervuert.
- López García 2015 = María López García 2015. *Nosotros, vosotros, ellos. La variedad rioplatense en los manuales escolares*. Miño y Dávila Editores.
- Moreno de Alba 1995 = José G. Moreno de Alba 1995. *El español en América*. 2a edición. Fondo de Cultura económica.
- Moreno de Alba 2011 = José G. Moreno de Alba 2011. Sobre la eliminación del pronombre *vosotros* en el español americano. *Cuadernos de la ALFAL* 2, 25-29. [https://mundoalfal.org/sites/default/files/revista/02\\_cuaderno\\_004.pdf](https://mundoalfal.org/sites/default/files/revista/02_cuaderno_004.pdf).
- Morgan & Schwenter 2016 = Terrell A. Morgan, Scott A. Schwenter 2016. *Vosotros, ustedes*, and the myth of the symmetrical Castilian pronoun system. Alejandro Cuza, Lori Czerwionka, Daniel J. Olson (eds.). *Inquiries in Hispanic linguistics. From theory to empirical evidence*. Benjamins, 263-280.
- Morgan & Schwenter 2022 = Terrell A. Morgan, Scott A. Schwenter 2022. *Vosotros vs. ustedes: asymmetries in 2PL pronouns across Spanish dialects*. Manuel Díaz-Campos (ed.). *The Routledge handbook of variationist approaches to Spanish*. Routledge, 277-297.
- Muñoz Suacha 2020 = Carolina Muñoz Suacha 2020. La forma de tratamiento *sumercé*: estado de la cuestión. *Ianua. Revista philologica romanica* 20, 1-20. <https://ianuaeditora.com/wp-content/uploads/2024/09/05-13.pdf>.
- Quesada Pacheco 2002 = Miguel Á. Quesada Pacheco 2002. *El español de América*. 2a edición. Editorial tecnológica de Costa Rica.
- Ramón Valarezo & Torres Dávila 2004 = Galo Ramón Valarezo, Víctor H. Torres Dávila 2004. *El desarrollo local en el Ecuador: Historia, actores y métodos*. Ediciones Abya-Yala.
- Rebollo Couto 2011 = Leticia Rebollo Couto 2011. *Mafalda y El laberinto del fauno: el uso de vosotros* en las clases de español lengua extranjera en Brasil. Leticia Rebollo Couto, Célia R.

dos Santos Lopes (eds.). *As formas de tratamento em português e em espanhol. Variação, mudança e funções conversacionais*. Editora da Univ. Federal Fluminense, 533-589.

T = forma de solidaridad.

Torrejón 2010 = Alfredo Torrejón 2010. Nuevas observaciones sobre el voseo en el español de Chile. Martín Hummel, Bettina Kluge, María E. Vázquez Laslop (eds.). *Formas y fórmulas de tratamiento en el mundo hispánico*. El Colegio de México, Karl-Franzens-Universität Graz, 755-770.

Tuten 2021 = Donald N. Tuten 2021. Complexification of the early modern Spanish address system: A role for koineization? Whitney Chappell, Bridget Drinka (eds.). *Spanish socio-historical linguistics. Isolation and contact*. Benjamins, 17-47.

Uber 2016 = Diane R. Uber 2016. Formas de tratamiento. Javier Gutiérrez-Rexach (ed.). *Enciclopedia de lingüística hispánica. Vol. 1*. Routledge, 620-629.

V = formalidad o distancia social.

Vázquez Laslop & Orozco 2010 = María E. Vázquez Laslop, Leonor Orozco 2010. Formas de tratamiento en el español de México. Martín Hummel, Bettina Kluge, María E. Vázquez Laslop (eds.). *Formas y fórmulas de tratamiento en el mundo hispánico*. El Colegio de México, Karl-Franzens-Universität Graz, 247-269.

Wagner 1996-1997 = Claudio Wagner 1996-1997. Sobre el posesivo *vuestro* en el español de Chile. *Studia hispanica in honorem Germán de Granda. Vol. 2*. Universidad de Valladolid, 855-861.