

La modalidad deóntica como (de)subjetivación del discurso: variación entre las perífrasis haber/tener que+infinitivo

Deontic Modality as Discourse (de)Subjectivizing: Variation Between Periphrases *haber/tener que* + infinitive in Spanish

María José Serrano

Universidad de La Laguna, España

mjserran@ull.edu.es

Resumen

Las perífrasis modales *haber que* y *tener que* + infinitivo poseen un significado modal inherentemente deóntico. La primera, debido a la imposibilidad de admitir un sujeto gramatical y de aparecer conjugada obligatoriamente en tercera persona, se ha clasificado como una de las construcciones impersonales del español. En cambio, la segunda permite no solamente la conjugación en las distintas personas gramaticales, sino también en diversos tiempos verbales. Esto da lugar a valores diferenciados de la deonticidad; mientras que la construcción *haber que* + infinitivo (conjugada con mayor frecuencia en presente de indicativo) presenta la obligación como instrucción, recomendación o consejo, la perífrasis *tener que* + infinitivo orienta la obligación hacia lo inevitable, forzoso o normativo. En este trabajo se realizará una comparación del uso de estas dos perífrasis como recursos que contribuyen a la creación de estilos comunicativos basados en la (de)subjetivación, los cuales se distribuyen de forma desigual entre distintos participantes y variadas situaciones comunicativas.

PALABRAS CLAVE: variación, sintaxis, modalidad deóntica, perífrasis, desubjetivación, estilo

Abstract

Spanish periphrases *haber que* + infinitive ('one has to') and *tener que* + infinitive ('have to + infinitive') convey a modal deontic meaning. Since *haber* is an impersonal verb in Spanish it is mandatorily conjugated in third person (*hay que, habrá que, habría que...*). Thus, *haber que* + infinitive is considered as an impersonal construction meaning 'instruction', 'advice' or 'recommendation'. On the contrary, due to its possible conjugation with personal and verbal forms the periphrasis *tener que* + infinitive means an unavoidable or normative duty to be accomplished by someone. In this paper both periphrases are compared and analyzed as resources that help to create (de)subjectivizing communicative styles which are unequally distributed across different communicative situations and participants.

KEYWORDS: variation, syntax, deontic modality, periphrases, desubjectivity, style

FECHA DE RECEPCIÓN: 06/10/2020

FECHA DE ACEPTACIÓN: 15/02/2021



Introducción

*Las perífrasis modales haber que + infinitivo
y tener que + infinitivo*

La lengua española posee una variedad de compuestos pluriverbales formados por un verbo auxiliar y un verbo en una forma no conjugada (infinitivo, gerundio o participio). La conjunción de estos dos verbos no da lugar a predicaciones distintas (NGLE, 2010, §28.1.1a), más bien el verbo auxiliar incide sobre el verbo auxiliado, principal o pleno y crea distintos y variados significados, entre ellos los de *capacidad*, *posibilidad*, *probabilidad*, *necesidad* y *obligación*. Tales significados han dado lugar a la clasificación como *modales* a las siguientes perífrasis formadas por un verbo auxiliar y un infinitivo: *poder + infinitivo*, *deber + infinitivo*, *deber de + infinitivo*, *tener que + infinitivo* y *haber que + infinitivo* (NGLE, 2010, §28.2b), entre otras.

Esta investigación se centra en el estudio de la variación entre dos perífrasis de esta categoría: *tener que + infinitivo* (en adelante, *tener que*) y *haber que + infinitivo* (en adelante *haber que*) como construcciones que dotan al enunciado de un valor modal basado en la deonticidad (Alarcos Llorach, 1996, p. 262), lo cual supone, según Gómez Torrego (1988, p. 21), una manifestación de la actitud, entendida como autoridad que el hablante ejerce cuando utiliza estas construcciones (Palmer, 2001, p. 70). Cada perífrasis aporta matices diferentes; de hecho, se ha constatado históricamente que ambas poseen una polisemia inherente dentro del ámbito de la modalidad deóntica y de la epistémica (Garachana, 2018, p. 14), pero también comparten rasgos, ya que *tener que* es el resultado histórico de la sustitución del verbo *haber* por *tener* con valor de posesión (Garachana y Rosenmeyer, 2011).

El significado de la perífrasis *haber que* es fundamentalmente deóntico, junto con el cual tienden a coaparecer los valores fundamentales de necesidad o epistémico y también el interjetivo (Gómez Torrego, 1988, pp. 81-82). No obstante, este significado adquiere diversos matices en el uso; en algunos será claramente instructivo, en otros de obligación, de recomendación, de conveniencia e incluso epistémico y de realce pragmático¹ (Serrano, 2020). En el ámbito de la modalidad deóntica, ambas perífrasis comparten el significado básico de necesidad, si bien este ha evolucionado hacia otros matices. El estudio de Aijón Oliva (2020b) sobre la presencia de *haber que* en distintos textos demuestra que el valor predominante es el de obligación, seguido del de necesidad.

La perífrasis *tener que* se suele comparar con *deber* + infinitivo (Matte Bon, 2002, p. 136), pero la primera es más frecuente que la segunda para indicar obligación (modalidad deóntica) y también probabilidad (modalidad epistémica). Efectivamente, existen puntos de coincidencia entre ambas formas, como lo es el de indicar obligación y necesidad, y la mayor frecuencia de uso de *tener que* con respecto a *deber* (*de*). Sin embargo, se ha comprobado que la primera tiende a utilizarse como recurso desubjetivador, mientras que la segunda está claramente especializada en el ámbito deóntico, tanto cuando se construye con preposición, como cuando se construye sin ella (Aijón Oliva, 2020c).

Usada como modal deóntico, la perífrasis *tener que* expresa obligación o necesidad externa inevitable impuesta por las circunstancias, de forma que el sujeto no es capaz de sustraerse a ellas. Esta obligación puede coincidir o no con algo que se presenta como deseable o como norma ajustada a alguna cuestión ética, social o legal: “Para robar no tengo agallas, conque me *tendré que* poner a pedir limosna” (NGLE, 2010, §28.6l). El valor básico de esta perífrasis es el *modal obligatorio o de necesidad ineludible*, así como el de *conveniencia imperativa y coaccionante*

¹ Algunas construcciones como “Lo que hay que oír”, “Hay que fastidiarse”, “Hay que ser tonto” se consideran lexicalizadas o pragmaticalizadas (Gómez Torrego, 1988, p. 82; NGL, 2010, §28.6u).

(Gómez Torrego, 1988, p. 83). Dicho valor se debilita cuando adquiere un significado epistémico: “*Tiene que haber* sido por el calor” (NGLE, 2010, §28.6b), también denominado de *probabilidad* (Gómez Torrego, 1988, p. 85), pero tal significado no es predominante. Desde la perspectiva de la actitud del hablante, se ha señalado que esta perífrasis refleja una actitud objetiva que contrasta con la subjetividad de otras perífrasis como *deber de*, puesto que la primera conlleva una mayor carga enfática y normativa que la segunda (Romo Simón, 2018, pp. 225, 232). Aijón Oliva (2020c) corrobora que las perífrasis *haber/tener* que + infinitivo son construcciones más desubjetivadoras u objetivas que *deber* (de) + infinitivo, ya que estas últimas se orientan hacia la modalidad deóntica, la cual a su vez se suele relacionar con la subjetividad.

La perífrasis *haber que* se caracteriza no sólo por su valor modal de obligación (Bravo y García Fernández, 2016; Gili Gaya, 1985; NGL, 2010, §28.2.2.d), sino también por su adscripción a las estructuras tradicionalmente consideradas como impersonales. Gómez Torrego (1992, p. 37) incluye esta perífrasis entre las llamadas *impersonales sintácticas* porque “su sujeto es cero y puede usarse para dirigirse al hablante a un interlocutor concreto con el fin de animarlo, aconsejarlo o recriminarle algo: *Hay que cuidarse*, señor Paco”. El *Diccionario panhispánico de dudas* (2005) considera que funciona “a modo de perífrasis impersonal y significa ‘ser necesario o conveniente’”. Desde la perspectiva discursivo-cognitiva que seguimos en este trabajo, *haber que* es una construcción desubjetivadora; la inexistencia de concordancia entre el núcleo verbal con un referente discursivo hace desplazar el punto de vista del participante hacia la desubjetivación del contenido (Aijón Oliva, 2020b y 2020c; Serrano, 2020 y 2021b).

En cambio, *tener que* no ha sido considerada como una perífrasis con posible valor impersonal.² Sin embargo, el hecho de que comparta con *haber que* el valor modal deóntico hace posi-

² Sin embargo, Lenz (1935) incluyó estas dos perífrasis bajo la denominación “voz perifrástica obligativa e impersonal”.

ble la comparación entre ambas. No obstante, resulta obvio que la principal diferencia entre ambas está en la posibilidad de *tener que* de admitir un sujeto sintáctico tanto pronominal como léxico. Obsérvense los siguientes ejemplos:

- (1) Ø *Hay que* regar las plantas todos los días
- (2) (Tú) *tienes que* regar las plantas todos los días
- (3) El jardinero *tiene que regar* las plantas todos los días

En (1) no es posible construir la oración con un sujeto sintáctico. En (2), la desinencia verbal remite a la segunda persona del singular, pero, además, se podría conjugar con todo el paradigma de las personas gramaticales. Sin embargo, es necesario advertir que, aunque no permite la construcción con un sujeto, la perífrasis *haber que* permite inferir la existencia de uno o varios referentes o agentes entre los que se puede incluir bien al propio hablante, o bien a otro conjunto de referentes. En el ejemplo “*Hay que regar las plantas*” se infiere que *alguien* contrae una obligación necesaria: ‘Yo, tú o varias personas *tenemos o tienen que regar las plantas*’. El carácter modal de la perífrasis *haber que* permite percibir un agente o experimentador, y esto viene dado en buena medida por la presencia de un elemento verbal conjugado en tercera persona (*hay, habrá, hubo*).³ Aunque el verbo *haber* impida sintácticamente la concordancia con un sujeto “**Ella hay que regar las plantas*”, el uso de la tercera persona incrementa la prominencia cognitiva o accesibilidad de un posible agente. Esa accesibilidad que proporciona la desinencia de tercera persona permite la prefiguración semántico-pragmática de un agente o experimentador, los cuales adquieren inferencialmente una obligación o necesidad sobre el contenido del enunciado (Serrano, 2021b). De hecho, la presuposición o inferencia de un agente en esta perífrasis puede incluso dar lugar a la presencia de alguna marca de persona; la *Nueva gramática de la lengua española* (2010, §28.6t) indica que “Se registra de vez

³ La tercera persona, por su ausencia de deixis, deconstruye la indexación y apunta a una referencia anafórica. Esta referencia no deíctica hace de la tercera persona una forma intrínsecamente *no personal* (Benveniste, 1997 [1971], p. 164).

en cuando la variante con pronombre de primera persona del plural: *Hay que marcharnos*, que se recomienda evitar”. Asimismo, se obtienen muy a menudo sujetos tácitos de interpretación inespecífica en los gerundios que aparecen como modificadores de la perífrasis *haber que*: “Hay que resolver los problemas abordándolos fríamente” (NGLE, 2010, §27.3o). También suele coaparecer con subordinadas finales y otros elementos que indican intencionalidad.

Por lo tanto, ambas perífrasis coinciden en indicar una modalidad básicamente deóntica, la cual crea algunos matices en el uso, y que se proyecta sobre algún referente, agente o experimentador, singular o plural. Este puede formularse de modo explícito en forma de sujeto sintáctico (expreso u omitido) mediante el uso de la perífrasis *tener que*: “*Tú tienes que ser más sincera*”, o bien puede venir implícito o ser interpretable o inferible si se usa la perífrasis *haber que* + infinitivo “*Hay que ser sincero*”.

El objetivo de esta investigación es analizar el uso de ambas perífrasis en distintos textos y sus participantes como recursos de (de)subjetivación del discurso. De hecho, ha sido considerado que la modalidad deóntica puede indicar un cierto grado de subjetividad (Lyons, 1977, p. 799). Partimos de la hipótesis de que en función de la mayor o menor prominencia del referente (considerado como agente o sujeto de la acción), la (de)subjetivación será gradual. El referente de una estructura gramatical será *prominente* si se encuentra activado en el transcurso de la interacción y es fácilmente recuperable a través de otros elementos (Aijón Oliva, 2019: cap. 1; Ariel, 2001; Croft y Cruse, 2004, pp. 46-50; Langacker, 2009, p. 112), lo cual se relaciona también con la condición de *accesibilidad*. Esto quiere decir que si el referente de una estructura gramatical es prominente, implica que se podrá recuperar por algún medio lingüístico o contextual, es decir, será *accesible*. Por ejemplo, en el caso de los pronombres de sujeto, cuando vienen omitidos, se podrá recuperar el referente por medio de la desinencia verbal. Nótese que en la forma verbal *vienes*, la desinencia *-s* hace accesible la recuperación de la segunda persona, por lo tanto, se hace innecesaria su formulación. Así, el referente de la segunda persona es prominente y su referente se convierte en accesible mediante la información que

provee dicha desinencia verbal, que no es otra que la de identificar una segunda persona.

De la impersonalidad a la desubjetivación

Tal y como adelantamos, la tradicional denominación de *impersonalidad* o *estructura impersonal* debe sustituirse por el término *desubjetivación*, que consiste en el uso de estructuras morfosintácticas que difuminan la identificación o especificación de un agente o sujeto de la acción a partir de la no concordancia del núcleo verbal con un sujeto sintáctico presente en la oración. La desubjetivación es un fenómeno que, mediante la prominencia o accesibilidad relativa del referente, promueve un significado que se aleja de los significados relacionados con la persona del discurso. No obstante, ello no implica la imposibilidad de recuperar o inferir un agente del evento, el cual, como veremos, será gradual. Las principales formas de manifestar el fenómeno tradicionalmente denominado *impersonalidad* en español son las siguientes:

- a) La perífrasis *haber que* + infinitivo, conjugada fundamentalmente en presente de indicativo: *Hay/habría/habrà que poner la lavadora.*
- b) Las construcciones con *se* impersonal: *Se vive bien en Madrid.*
- c) El uso de la tercera persona del plural con sujeto omitido no recuperable, con referencia no fórica: *Dicen que va a llover; Llaman a la puerta.*
- d) El pronombre uno: *Uno* no sabe qué hacer en casos de accidente.

Como puede comprobarse fácilmente, la característica común a todas estas construcciones es la presencia de formas conjugadas en tercera persona, lo cual da a entender que se trata de la forma verbal más representativa de expresar contenidos orientados hacia la desubjetivación del discurso. Otra característica definitoria es la ausencia de un sujeto pronominal o léxico, ya sea por imposibilidad sintáctica (ejemplos a y b), bien porque este no se formula para conseguir un significado

impersonal, como se aprecia en los ejemplos del apartado c), o bien porque este sujeto se formula en tercera persona, como es el caso d), para supuestamente evitar el empleo de la primera.

La posibilidad o no de poder admitir un sujeto sintáctico es lo que ha llevado a distinguir entre *impersonalidad natural* (cuando la estructura imposibilita la presencia de un sujeto sintáctico) e *impersonalidad eventual* (cuando posibilita la inferencia de un agente o sujeto y este no se expresa porque se desconoce o porque no interesa su formulación) (Seco, 1988, pp. 186, 204). Similar distinción realiza Gómez Torrego (1992, pp. 9-10) con su clasificación de *impersonalidad sintáctica* e *impersonalidad semántica*.

Como se indicó anteriormente, *haber que*, por conjugarse indefectiblemente en tercera persona y presente de indicativo y por su significado modal básicamente deóntico, permite también la inferencia de un agente o referente, si bien esto responde más a un efecto pragmático que a la capacidad sintáctica de recuperación o de accesibilidad de un agente (Serrano, 2020 y 2021a). El uso de *se* impersonal, que bloquea la aparición de un sujeto pronominal o léxico, puede sin embargo inducir también la inferencia de un agente. En el ejemplo: “En Madrid *se* vive bien”, la frase preposicional “En Madrid” implica que “*Los madrileños, los habitantes de Madrid, los ciudadanos, viven bien*”. Pero no sólo es posible inferir la presencia de un agente humano en las construcciones con *se* a partir de la presencia de adverbios, sino también a partir de sustantivos. En la oración “En esta empresa *se* trabaja concienzudamente”, la frase “en esta empresa” permite entender la existencia de un grupo de personas que trabajan en la misma (NGLE, 2010, §41.10p). Las construcciones impersonales con *se* no eliminan el agente, sino que lo dejan indeterminado (Alcina y Bleca, 1975, §7.5.3.).

Además, incluso cuando no existe la posibilidad de recuperar un sujeto sintáctico, se puede inferir de forma más o menos clara un referente agente o experimentador de la acción indicada por el verbo. La terminación *-n* de la tercera persona del plural no es simplemente un morfema deíctico-anafórico de concordancia, sino un morfema que indica que no es necesario buscar o reconocer un sujeto o un agente en el contexto donde aparece.

Esto no quiere decir que este agente no exista o que no pueda deducirse o inferirse de dicho contexto, de la situación, o incluso del propio conocimiento del mundo de los participantes. Las acciones designadas por las formas verbales de tercera persona en ejemplos como “*Van a subir los impuestos*” o “*Llaman a la puerta*” implican necesariamente un agente (“Los gobernantes” van a subir los impuestos; “Una o varias personas” llama(n) a la puerta). Como señala Aijón Oliva (2020a, p. 3), el morfema de tercera persona indica que el agente o experimentador es externo a la interacción y ello lo hace inespecífico, aunque, la especificidad de tal agente o experimentador dependerá del contexto. Según García Salido (2011, p. 78), la tercera persona se emplea como recurso referencial cuando el hablante tiene la convicción de que su interlocutor no necesita más información para identificar una determinada entidad.

Existen variados elementos que permiten deducir o inferir una referencia de la forma verbal de tercera persona del plural, tales como elementos situacionales, adverbios y frases preposicionales. Así, por ejemplo, en la oración “En España hablan español”, la frase preposicional “En España” acota una referencia (‘la gente’, ‘los españoles’) (Fernández Soriano y Táboas Bailyn, 1999, p. 1741). Así, los elementos adverbiales que contribuyen a la identificación de referentes de la tercera persona se han denominado *sujetos locativos* (Fernández Soriano, 1999). Tal denominación recibiría la frase “En el colegio” en la frase “*En el colegio tienen problemas*” > “Una colectividad de personas *tiene(n)* problemas”. Asimismo, Siewierska y Papastathi (2011) consideran la posibilidad de que la tercera persona permita delimitar una referencia más o menos difusa con su distinción entre *lectura universal* o *corporativa* (entre otras). Por lo tanto, de forma general, la forma verbal de tercera persona del plural con sujeto omitido no convierte a la frase en impersonal, sino más bien hace que su referente o agente quede indeterminado o inespecífico, sin que en ningún caso bloquee la interpretación o inferencia de un agente o experimentador (véase Aijón Oliva, 2020a).

Por último, el pronombre *uno* siempre hace alusión a un referente humano, aunque la interpretación del enunciado puede involucrar al hablante o ser genérica (NGLE, 2010, § 15.4k; Siewierska,

2011, p. 58). En cualquier caso, el sujeto siempre se desplaza hacia la tercera persona: “*Uno* no sabe a quién puede hacer feliz inconscientemente” y constituye el sujeto sintáctico del enunciado.

En definitiva, cada una de estas estructuras hace accesibles a sus referentes en mayor o menor medida o de forma gradual, lo que promueve que cada forma provea al enunciado de una mayor o menor desubjetividad. En la siguiente figura se esquematiza el grado de desubjetivación de cada estructura, que es proporcional al nivel de prominencia cognitiva del referente de cada una de ellas.

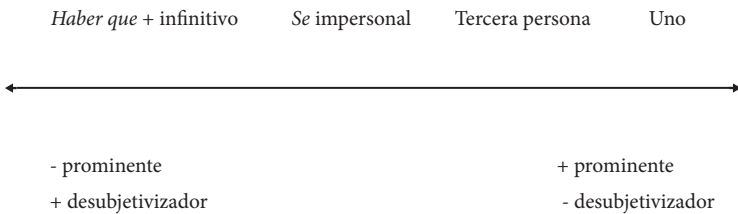


Figura 1. Gradualidad de la prominencia cognitiva de los referentes de las construcciones desubjetivadoras

De acuerdo con lo anterior, la perífrasis *haber que* + infinitivo es un recurso de desubjetivación que contrasta con *tener que* + infinitivo, la cual, por la posibilidad de admitir sujeto sintáctico, promueve, contrariamente, la subjetivación del enunciado.

Metodología y corpus

El análisis de la variación entre las formas perifrásticas *haber que* y *tener que* se realizará en los textos del *Corpus Interaccional del Español* (310,759 palabras). Este corpus, que permanece inédito, resulta idóneo para cumplir con el objetivo de estudiar las situaciones comunicativas donde se utilizan las perífrasis objeto de estudio, debido a que comprende textos de diversa naturaleza, orales y escritos, esto es, textos conversacionales espontáneos (79,544 palabras); textos procedentes de los medios de comunicación orales (televisión autonómica canaria) (171,258 palabras); textos

publicitarios orales y escritos (revistas, periódicos y *magazines*) (36,658 palabras) y textos obtenidos de redes sociales (Facebook y Twitter) (23,299 palabras). No se procedió a la corrección de los frecuentes errores ortográficos y gramaticales que habitualmente posee este tipo de texto, sino que estos fueron reproducidos literalmente en la misma forma en la que se encontraron. Por su parte, todos los textos orales fueron transliterados convencionalmente para su posterior tratamiento. Asimismo, no se realizó distinción entre los ejemplos procedentes de textos orales o escritos, ya que en otras investigaciones tal distinción no resultó estadísticamente significativa (Serrano, 2021a y 2021b).

Para esta investigación hemos utilizado los textos de los medios de comunicación y los de las redes sociales, puesto que en los textos publicitarios la presencia de las perífrasis objeto de estudio es muy escasa.

El análisis se realizará desde una perspectiva cualitativa y cuantitativa. Además del estudio del significado que adquieren las perífrasis en las situaciones de uso, se estudiará su distribución sociocomunicativa en ámbitos comunicativos, géneros textuales y participantes mediante un análisis cuantitativo realizado con el paquete estadístico *Rbrul* (Johnson, 2009). Este modelo estadístico analiza la variación como el resultado de la interacción entre factores fijos y aleatorios. El cálculo arroja porcentajes y pesos, los cuales permiten conocer la significatividad de los factores que covarían con las variantes que se van a estudiar. Los valores situados por encima de la cifra de .500 se consideran como significativos o favorecedores de una variante, mientras que los que están por debajo de esa cifra se establecerán como no significativos.

De los textos señalados anteriormente hemos obtenido 808 ejemplos; 439 casos corresponden a la perífrasis *haber que* en su forma de presente *hay que* y 369 de *tener que* conjugada en distintas formas verbales y en todas las formas de primera, segunda y tercera persona del singular y del plural. Estas perífrasis se estudiarán con respecto a las situaciones comunicativas y géneros textuales que contiene el corpus y también entre los hablantes que participan en los mismos.

El conjunto de géneros establecidos es el siguiente: *artículos, cartas, debates, estados y tuits (red social), programas infor-*

mativos, magazines y reportajes. Al mismo tiempo, cada uno de estos géneros se extrajo de la delimitación de distintos ámbitos comunicativos, entendidos como constructos metodológicos formados por delimitaciones más generales y amplias que los géneros, a partir de la observación de los géneros que aparecían en cada uno de ellos. Estos ámbitos son: *blogs, revistas femeninas, periódicos, televisión, facebook y twitter*. A continuación se ofrece una breve descripción de cada uno de ellos:

- *Blogs*: También denominado *bitácora*, constituye una página web donde normalmente se publican y alojan contenidos de interés acerca del autor como persona física o de una empresa.
- *Revistas femeninas*: Son revistas diseñadas y estructuradas para un público conformado por mujeres y, por lo tanto, que albergan contenido de su interés: moda, belleza, cocina, cuidados físicos, etc. Ejemplos de revistas femeninas son: *Marie Claire, Telva, Elle, Cosmopolitan, Vogue*, etc.
- *Periódicos*: Publicaciones informativas diarias en soporte papel o digital.
- *Televisión*: Soporte audiovisual de entretenimiento.
- *Facebook*: Conocida red social.
- *Twitter*: Conocida red social.

Los géneros que hemos delimitado pueden aparecer en cada uno de los ámbitos, si bien existe cierta relación entre ellos, como se detalla a continuación.

- *Artículos*: se encuentran en revistas generales, en revistas femeninas, en periódicos, en las redes sociales Facebook y Twitter, y en los blogs de internet.
- *Cartas*: aparecen en los periódicos, pero sobre todo en las revistas. Generalmente son cartas que se envían a la dirección de la revista para realizar consultas de cualquier tipo.
- *Debates*: son géneros de la televisión claramente delimitados en los que se confrontan ideas y opiniones.
- *Estados y tuits*: no están establecidos aún como géneros ya que son textos de desarrollo reciente, pero pueden considerarse textos prototípicos de las redes sociales, especialmente

de Facebook y de Twitter. Los *estados* son las publicaciones de los textos que escriben los usuarios de la red Facebook. Esta red social proporciona un espacio habilitado en la cuenta de cada usuario para la expresión escrita y su publicación sin límite de caracteres. El *tuit* es el texto que se escribe y publica en la red Twitter, el cual debe tener como máximo 280 caracteres. Por lo tanto, estos textos, exclusivos de las redes sociales, se diferencian únicamente en el límite de caracteres.

- *Programas informativos*: se trata de las emisiones informativas de la televisión.
- *Magazines*: es un programa de variedades establecido en la televisión que a su vez incluye muy frecuentemente otros géneros, como la entrevista. El *magazine* lo es en las revistas generales y en las revistas femeninas en forma de entrevista.
- *Reportajes*: este género se encuentra en los programas de televisión, en las revistas generales y del corazón, en los blogs y en las redes sociales.

La clasificación de los participantes en estos géneros y ámbitos es la que sigue:

- *Hablantes particulares*: participantes que no tienen un rol social específico y que intervienen ocasionalmente en los medios de comunicación y en las redes sociales.
- *Personajes públicos*: participantes que, por alguna razón, han adquirido cierta relevancia en determinados ámbitos de la sociedad.
- *Profesionales*: participantes que actúan en los textos con el rol de la profesión que desempeñan. Se diferencian del grupo anterior por el hecho de que su relevancia viene determinada por su profesión, por ejemplo, actores o actrices, jueces, médicos, abogados, etc. Se excluyen de este grupo los periodistas, que constituye un grupo muy numeroso y destacado en los textos de los medios.
- *Periodistas*: participantes que desarrollan su tarea en los medios de comunicación escritos y orales.
- *Políticos*: participantes que actúan como tales en los medios de comunicación escritos y orales.

Tanto el género como el ámbito comunicativo y el tipo de participante se tendrán en cuenta como elementos que covarían con cada una de las perífrasis. La conjunción entre el uso de una u otra forma y el género y ámbito comunicativo conformará el significado que el participante otorga al enunciado.

Esta investigación parte de la base de que el significado que proporcionan las variantes morfosintácticas, concebidas no como estructuras sinónimas y/o alternantes, sino como opciones de significado basadas en propiedades cognitivas inherentes, dan lugar a la creación de estilos comunicativos diferenciados, siguiendo la sugerencia de Lavandera (1984). Estos estilos comunicativos están basados en la dimensión abstracta de la objetividad y la subjetividad. Por ejemplo, una mayor frecuencia de sujetos expresos en un texto dará lugar a un estilo comunicativo basado en la subjetividad, toda vez que el sujeto expreso es cognitivamente más informativo que su variante omitida.

Por lo tanto, el estudio exhaustivo de contextos gramaticales concretos es el primer paso hacia el conocimiento y la explicación de los estilos comunicativos, entendidos como esquemas de configuración discursivo-cognitiva que surgen de la elección de formas asociadas a significados (Aijón Oliva y Serrano, 2010; Serrano y Aijón Oliva, 2011).

Significado y variación situacional en ámbitos comunicativos y géneros textuales

Como se señaló en el apartado anterior, en los textos analizados del corpus es ligeramente más frecuente la perífrasis *haber que* (439 casos, 54.3%). De *tener que* + infinitivo se obtienen 369 casos (45.7%), y ello pese a la mayor versatilidad de esta perífrasis frente a la anterior, la cual, además de poder conjugarse con las distintas personas gramaticales, puede adoptar formas verbales más variadas. Esta puede ser la razón por la cual se ha obtenido mayor frecuencia de casos de esta última forma perifrástica en una investigación similar, en la que se contrastan las perífrasis *haber que* y *tener que* con las de *deber (de)* (Aijón Oliva, 2020c).

En el siguiente cuadro se presenta la variedad de tiempos verbales y personas encontradas en los textos.

	<i>Casos</i>
Tengo que	89
Tendré que	2
Tuve que	10
Tendría que	3
Tenga que	15
Tienes que	36
Tengas que	1
Tendrás que	62
Tiene que	14
Tenga que (3ª)	2
Tenía que	5
Tuvo que	9
Tuviera que (3ª)	1
Tendría que (3ª)	3
Tenemos que	63
Tendremos que	6
Tendríamos que	14
Tengamos que	2
Hemos tenido que	3
Tenéis que	6
Tienen que	4
Tendrían que	1
Tenían que	2
Tuvieron que	1
Han tenido que	1
Tener que (subordinado)	9
Ten en cuenta que	5
Total	369

Cuadro 1. Formas verbales y personas de la perífrasis *tener que* + infinitivo

Se observa que predomina la forma en primera persona del singular en presente *tengo que* seguida de su correlato en plural

tenemos que. Son también frecuentes el presente en segunda persona del singular *tienes que* y el futuro en segunda persona del singular *tendrás que*. Las formas en tercera persona *tienen*, *tendrían*, *tenían* presentan muchos menos casos. Aijón Oliva (2020c) obtiene más casos de primera y segunda persona con sujetos animados en esta perífrasis.

La tendencia al uso de esta perífrasis con la primera y la segunda persona es una consecuencia de los textos analizados. La mayoría de ellos son interactivos y presuponen la presencia de una audiencia, por lo tanto, el protagonismo comunicativo se centra en el participante hablante singular (*tengo que*), en el participante que puede incluir a la audiencia (*tenemos que*) o en el participante interlocutor (*tienes que*, *tendrás que*). Véanse los ejemplos (1)-(4).

[Entrevista en revista femenina]

- (1) No es que me divierta trabajar, es que *me tengo que ganar* la vida. Así tienes un dinero para salir, gastártelo en fútbol, en tu baloncesto... (CIE<HabTen19>)⁴

[Entrevista en revista femenina]

- (2) Es que vas de cero a cien en cero minutos. *Tienes que aprender* a dilatar y a disfrutar de ese proceso. (CIE<HabTen19>)

[Artículo en periódico]

- (3) Canon Digital: lo que *tendrás que comprobar* antes de comprar un móvil. (CIE<HabTen19>)

[Reportaje en revista]

- (4) Desgraciadamente, han bajado las temperaturas y *tenemos que decidir* qué pasos vamos a tomar para hacer un correcto mantenimiento de nuestra piscina. ¿Debo vaciarla durante los meses de invierno? ¿Es necesario tirar el agua que se ha utilizado durante

⁴ Esta nomenclatura se refiere al nombre del corpus (CIE: *Corpus Interaccional del Español*) y a la etiqueta relativa al ejemplo que permite su localización en la sección correspondiente del mismo, que se desglosa del siguiente modo: *Hab-Ten* es el conjunto de ejemplos correspondientes a las perífrasis haber/tener que + infinitivo y 19 se corresponde con el año 2019, fecha en la que se extrajeron los ejemplos.

el verano? La respuesta es no. Nuestra piscina puede estar en perfectas condiciones para el siguiente verano si le hacemos un buen tratamiento durante el invierno, por lo que no hace falta vaciarla. (CIE<HabTen19>)

Asimismo, la elevada frecuencia de esta perífrasis con las formas verbales en presente de indicativo y en futuro simple se justificaría porque son formas verbales idóneas para representar contenidos deónticos o de obligación. El presente de indicativo es la forma verbal neutra por naturaleza (López García, 1988, p. 405) o la forma verbal de *no tiempo*, por lo tanto, admite casi cualquier tipo de significado, el cual surge del propio contexto. Además, esta forma verbal es la forma prototípica para presentar normas u obligaciones (NGLE, 2010, §23.5n). Esta podría ser la principal causa por las que la perífrasis *haber que* + infinitivo se presenta casi de forma categórica en presente de indicativo (*hay que*). De hecho, debido a su escasa frecuencia en el corpus, no se tuvieron en cuenta otras posibles formas verbales. Por su parte, el futuro simple adquiere muy frecuentemente valores de probabilidad, conjetura o epistemicidad (“*Serán las siete*”) y puede presentar los hechos como algo obligatorio o para expresar órdenes (“*Te sentarás a mi lado*”) (NGLE, 2010, § 23.24d). Su significado aspectual incoativo y prospectivo lo hace válido para expresar obligación (Fernández Ramírez, 1986, pp. 284-285).

El hecho de que ambas perífrasis tiendan a la coincidencia en el uso de los tiempos verbales facilita su comparación como formas que se utilizan por los hablantes con propósitos comunicativos similares y coaparecen en las mismas clases de texto. Puede observarse que los ejemplos (1)-(4) podrían haber sido contruidos también con la perífrasis *hay que* + infinitivo: (1) *hay que ganarse* la vida; (2) *hay que aprender* a dilatar; (3) *hay que comprobar*; (4) *hay que seguir hablando*. Del mismo modo, el ejemplo (5) puede reformularse mediante cualquier uso conjugado de *tener que* + infinitivo: *tienes que cuidar, tenemos que cuidar, etc.*

[Reportaje en revista femenina]

(1) Además, prevenir la obesidad es básico para impedir que las articulaciones, sobre todo las rodillas, sufran más de la cuenta.

Para ello *hay que cuidar* la alimentación y evitar el sedentarismo. (CIE<HabTen19>)

Esto no implica de ningún modo que ambas perífrasis sean formas que alternan ni, mucho menos, que sean sinónimas. Consideramos la variación morfosintáctica como formas que introducen cambios en el significado, o como *formas distintas de decir cosas distintas* (Aijón Oliva y Serrano, 2013; Serrano, 2011 y 2016; Serrano y Aijón Oliva, 2011). Del contraste de los ejemplos (1)-(4) con (5) puede fácilmente extraerse la idea de que los primeros expresan el significado deóntico desde una perspectiva subjetiva, debido a la presencia de la persona. En cambio, el significado del ejemplo (5) es claramente desubjetivador porque, aunque se pueda inferir un agente o experimentador de la acción, este queda evidentemente difuminado o indeterminado.

En definitiva, las diferencias de significado entre *hay que* y *tener que* se fundamentan en la distinta capacidad para hacer accesible un referente, agente o experimentador. Se podrá inferir pragmáticamente en el caso de la primera, mientras que en la segunda tiene su representación a partir del sujeto sintáctico.⁵ Esa menor o mayor accesibilidad del referente dará lugar a un significado desubjetivador en el caso de *hay que*, y a un significado subjetivador con la forma *tener que*. En ambos casos, permanece el valor deóntico o de obligación, si bien con diversos matices discursivo-cognitivos, como se verá.

La cuantificación de acuerdo con el ámbito comunicativo donde se emplean las perífrasis muestra una tendencia de *hay que* a utilizarse en los periódicos, en la red social Facebook y, en menor medida, en la televisión y en las revistas femeninas. Las frecuencias de *tener que* son ligeramente superiores en estos dos últimos ámbitos, y también tiende a emplearse en los periódicos, en coincidencia con los resultados de Aijón Oliva (2020c) para esta forma, que obtuvo una mayor frecuencia de casos en los textos de naturaleza oral como la radio, y también en la prensa escrita.

⁵ Aun así, hay que tener en cuenta que la lectura referencial del sujeto de *tener que* podrá ser muy variable según el contexto.

La cuantificación realizada no arroja especialización de ninguna de las dos perífrasis en un ámbito comunicativo determinado (cuadro 2).

Ámbito comunicativo	<i>Hay que + infinitivo</i>		<i>Tener que + infinitivo</i>		Total
	Casos y %	Pesos	Casos y %	Pesos	
Periódicos	75 (51.7%)	0.517	70 (48.3%)	0.483	145
Televisión	104 (48.5)	0.486	110 (51.5)	0.514	214
Rev. femeninas	102 (42)	0.417	141 (58)	0.583	243
Blogs	40 (100)	1.000	0 (0)	0.000	40
Facebook	80 (62.5)	0.625	48 (37.5)	0.375	128
Twitter	38 (100)	1.000	0 (0)	0.000	38
Total	439		369		808

Cuadro 2. Porcentajes y pesos de las variantes según el ámbito comunicativo

La única excepción es la covariación de *hay que* con la red social Facebook. Esta forma se utiliza muy a menudo, por ejemplo, en los títulos de los artículos (6) y en los estados (7).

[Artículo, Facebook]

(6) ¿Por qué no *hay que beber* dos litros de agua al día?
(CIE<HabTen19>)

[Estado, Facebook]

(7) A quien actúa con maldad, *hay que desearle* suerte, tarde o temprano la va a necesitar. (CIE<HabTen19>)

En los titulares periodísticos se utiliza como un recurso para atraer la atención del lector, puesto que presenta el contenido del titular como de interés o conveniencia general (Serrano, 2020). De hecho, esta perífrasis obtiene un peso considerable en el ámbito *periódicos*. El ejemplo (8) es el titular de uno de ellos.

[Artículo, periódico]

(8) Siempre *hay que volver*, no renunciar a las raíces, no olvidar de dónde vienes. (CIE<HabTen19>)

En estos ejemplos, el significado básico que aporta la perífrasis al enunciado es básicamente de recomendación o consejo, el cual puede apreciarse claramente en el ejemplo (7), con algunos matices de necesidad, como el ejemplo (6) y de obligación en (8). En todos los casos implica que alguna entidad, persona o conjunto de ellas no especificada ejerce cierta autoridad sobre el posible lector para indicar a otra persona o conjunto de ellas lo que debe hacer para conseguir cierto bienestar o beneficio.

La forma *tener que* covaría con los textos de las revistas femeninas y con la televisión. En el caso de las primeras, la variedad de textos (cartas, entrevistas, reportajes, etc.) que incluye explica que haya una presencia elevada de esta perífrasis, mucho más versátil en cuanto a formas verbales y personas, como hemos señalado. Las posibilidades que ofrece esta forma son muy útiles para indicar una obligación inevitable en textos de naturaleza interactiva, como la entrevista (9) o la carta (10).

[Entrevista, revista femenina]

(9) A: ¿Qué te parece el festival?

B: Los festivales me parecen bien, pero no que se hagan canciones para festivales. *Tendrían que competir* temas que ya tienen aceptación popular y no canciones nuevas.

[Carta, revista femenina]

(10) Por otro lado, *le tienes que recomendar* que busque un trabajo o estudie alguna cosa. (CIE<HabTen19>)

Asimismo, era previsible que en los distintos géneros de la televisión sea también frecuente el uso de la forma *tener que*, como en el ejemplo (11) en el que un periodista en un informativo utiliza la forma con un claro significado que pretende incluir a la audiencia, por estar conjugado en primera persona del plural.

[Programa informativo, televisión]

(11) Entramos en este mes de enero en el que *tenemos que adaptarnos* a la cuesta de enero. (CIE<HabTen19>)

Para acotar los posibles significados que aporta cada una de las perífrasis, se realizó una cuantificación entre los géneros

de cada uno de los ámbitos anteriores. Los resultados permiten obtener una distribución más detallada del uso de las dos formas. La perífrasis *hay que* predomina en los estados y tuits, reportajes, artículos y debates, mientras que la frecuencia de *tener que* es muy elevada en los informativos y en las cartas (cuadro 3).

Género	Hay que + infinitivo		Tener que + infinitivo		Total
	Casos y %	Pesos	Casos y %	Pesos	
Artículos	129 (55.8)	0.558	102 (44.2)	0.442	231
Cartas	12 (31)	0.308	27 (69)	0.692	39
Debates	33 (51)	0.508	32 (49)	0.492	65
Estados y tuits	105 (80)	0.802	26 (20)	0.198	131
Prog.Informativos	11 (20)	0.193	46 (80)	0.807	57
Magazines	96 (47)	0.471	108 (53)	0.529	204
Reportajes	53 (65.4)	0.654	28 (34.6)	0.346	81
Total	439		369		808

Cuadro 3. Porcentajes y pesos de las variantes según el género textual

Los datos revelan que la forma *hay que* se usa especialmente en las redes sociales, concretamente en los estados y tuits. Como se sabe, el contenido de estos es muy variado, pueden estar constituidos por experiencias personales escritas por el propio usuario de la cuenta, o bien pueden ser tomadas de otras cuentas o grupos de esta red. Aunque las redes sociales tienen un fin definitivamente interactivo, el elevado uso de esta perífrasis indica que para estos textos se prefiere el uso de la perífrasis desubjetivizadora. En el ejemplo (12), pese a que se expresa un agente de la acción (*grupo*) se realiza una instrucción mediante el uso de esta perífrasis.

[Estado, red social Facebook]

(12) Hola grupo *hay que entrar* al enlace si no no contabiliza el me gusta para los votos porfiii. (CIE<HabTen19>)

El valor de consejo o recomendación que aporta esta perífrasis se observa también en (13), en el que el participante muestra su opinión sobre un tema mediante la indicación de

una instrucción muy precisa que debe ser realizada por “los niños y los jóvenes”. Sin embargo, no se indexa a estos referentes, que quedan inferidos a través de la propia perífrasis.

[Estado, red social Facebook]

- (13) *Hay que potenciar* el orgullo de ser pueblo. Hacer lo posible por que se recobre «la autoestima rural»: que los niños y los jóvenes valoren algo que durante décadas no se ha apreciado. (CIE<HabTen19>)

En el siguiente ejemplo (un tuit), el participante indexa a un interlocutor difuso e indefinido mediante el uso de la forma conjugada “prefieres” en la segunda cláusula, mientras que en la primera utiliza la perífrasis *hay que* con un valor deóntico de obligación con claros matices de necesidad.

[Tuit, red social Twitter]

- (14) No *hay que ser* arcángel para saber que me prefieres a mí. (CIE<HabTen19>)

El ejemplo (15) es una muestra de los tantos consejos emocionales que aparecen en las redes sociales. En casos como este, el posible referente o experimentador queda mucho más difuminado que en los ejemplos anteriores. Se entiende que aquel que haya escrito el tuit pretende que dicho consejo debe tomarse como algo universal, sin proyectarlo sobre ninguna persona o personas concretas.

[Estado, red social Facebook]

- (15) La paciencia rinde sus frutos. Sólo *hay que tener* paciencia para entenderlo. (CIE<HabTen19>)

En el caso de los reportajes, género que integra de las revistas femeninas y de los periódicos, la perífrasis *hay que* tiende a presentarse con un valor nítidamente instructivo. Puesto que en este tipo de texto se tratan noticias de relevancia u otros aspectos sociales y culturales, el escritor se erige como una autoridad que da recomendaciones o instrucciones sobre un tema determinado. Una de las construcciones más comunes de los reportajes es

hay que tener en cuenta. Por su reiterado empleo, se podría considerar que ha perdido parte de su significado y está en vías de lexicalización o pragmaticalización aunque la perífrasis conserva su significado inherentemente deóntico, al que se le ha añadido un matiz de instrucción. Con este lexema verbal, se considera que la forma perifrástica ya no expresa propiamente un hecho cuyo cumplimiento futuro se considere necesario o deseable, sino que constituye un recurso para la introducción en el discurso de un contenido proposicional complementario, que el hablante propone para su consideración por parte de la audiencia, con lo cual se ha denominado *de adición* (Aijón Oliva, 2020b). En (16) y (17) se puede observar este matiz en reportajes sobre salud.

[Reportaje en revista femenina]

(16) Aunque las placas de aterosclerosis solo las obstruyan de forma parcial, *hay que tener en cuenta* que el riesgo de que se tapone totalmente es alto. (CIE<HabTen19>)

[Reportaje en revista femenina]

(17) *Hay que tener en cuenta*, sin embargo, que hay dos tipos de anginas, las estables y las inestables. (CIE<HabTen19>)

El ejemplo (18) forma parte de un reportaje sobre maquillaje, en el cual se expresa una instrucción muy precisa.

[Reportaje en revista femenina]

(18) Solo *hay que seguir* esta premisa: los tonos oscuros reducen y los claros destacan. (CIE<HabTen19>)

La naturaleza de los temas tratados en los reportajes suele ser de alcance general para todos los lectores, por lo tanto, es explicable que se utilice una forma que promueve la desubjetivación del discurso. De hecho, en el ejemplo (19) la forma *tener que* adopta la forma de tercera persona, que refuerza el valor desubjetivador.

[Reportaje en revista femenina]

(19) Hablo de pérdida, muerte, de la amplia gama que ofrece la vida.

Pero solo *tiene que ser* explorado por la gente adecuada para que no se abuse de ello de nuevo. (CIE<HabTen19>)

En los artículos y los debates las frecuencias de *hay que* son ligeramente superiores a las de *tener que*. En los primeros, que forman tanto los periódicos, como las revistas y las redes sociales, no cabría señalar una presencia más significativa de *hay que* frente a *tener que*. Como ya hemos señalado, la primera es muy frecuente en los titulares periodísticos y también en el cuerpo del artículo, como el siguiente, que, además de titularse “Hay que”, utiliza repetidamente esta construcción con una intención irónica. Se trata de representar la idea supuestamente compartida de que el conjunto de la humanidad está constantemente dando y recibiendo consejos.

[Artículo en periódico]

(20) *Hay que subir* ya los salarios, *hay que devolver* la capacidad adquisitiva a las clases medias, *hay que aumentar* el número de contratos indefinidos, *hay que trabajar* por la paz social, *hay que volver* al diálogo, *hay que restaurar* el orden constitucional, *hay que construir* un sistema impositivo más justo, *hay que evitar* que a Isabel Coixet la llamen fascista cuando saca a pasear al perro y que Serrat vuelva a exiliarse, *hay que impedir* que acosen a los hijos de los guardias civiles en el cole, *hay que controlar* el endeudamiento familiar, *hay que detener* la fractura social en marcha, *hay que sentar* las bases para... [...] todo el mundo tiene un *hay que* como todo el mundo tiene un culo. En mi casa *hay que llevar* al tinte la ropa de verano. (CIE<HabTen19>)

El significado desubjetivador de *hay que* es muy apto también para los debates (21), puesto que presenta los argumentos desde una perspectiva personal pero, al mismo tiempo, al tratarse de géneros claramente interpersonales, es también frecuente la perífrasis *tener que*, como se aprecia en el ejemplo (22).

[Debate en televisión]

(21) Yo creo sinceramente\por decirlo de alguna manera\que estar allí cuando dependen de ti\la seguridad e incluso la vida de las personas\ y yo creo que\en protección civil *hay que considerar* siempre el caso de máximo riesgo\ . (CIE<HabTen19>)

[Debate en televisión]

(22) Nos *hemos tenido* que acostumbrar a este nuevo gobierno\pero espero que el futuro no tenga que reconducirlo Juan Fernando López Aguilar\. (CIE<HabTen19>)

La indexación a un referente singular o plural que conlleva el uso de la perífrasis *tener que* obtiene su frecuencia más elevada en los programas informativos. Los participantes en este tipo de programa tienden a aludir al equipo del programa cuando presentan las noticias de actualidad.⁶ Esto se produce mediante el uso de la primera persona del plural *tenemos que* y, de hecho, gran parte de los 63 casos que hemos obtenido (véase cuadro 1) procede de los programas informativos. Es sabido que la primera persona del plural en su variante de sujeto omitido constituye un recurso de inclusión de otros participantes (Aijón Oliva, 2013; Aijón Oliva y Serrano, 2013, pp. 84-96; Serrano y Aijón Oliva, 2013). Al tratarse de un programa que presupone la elaboración de un trabajo de síntesis y redacción de las noticias y que se realiza en equipo, la inclinación por el uso de la perífrasis *tener que* + infinitivo conjugada en esta persona es preferible a otras opciones. Además, en estas construcciones perifrásticas se indexa también a la audiencia mediante los morfemas de concordancia de objeto, como se observa en los ejemplos (23) y (24) mediante el uso de *les*.

[Informativo en televisión]

(23) En esta jornada de operación regreso no *tenemos que contarles* ningún incidente grave en las carreteras. (CIE<HabTen19>)

[Informativo en televisión]

(24) Y *tenemos que seguirles hablando* de esta ola de frío siberiano que azota a las islas. (CIE<HabTen19>)

⁶ Gómez Torrego (1988, p. 86) considera que este es un “*valor modal de disposición e intención*, mezclado con el de *necesidad*” (“*Tengo que contaros* la última noticia”) que adopta la perífrasis *tener que* + infinitivo. Sin embargo, este no se diferencia del básico de *obligación ineludible*, simplemente cambia la perspectiva desde la cual se presenta dicha obligación; al tratarse de usos formulados en primera persona, se interpreta que la imposición no se proyecta sobre el propio hablante, por lo tanto, queda mitigada en forma de disposición o intención personal.

La presencia de esta forma añadiría a los programas informativos una cierta subjetividad, si bien se ha demostrado que en estos textos predomina el estilo comunicativo objetivo (Aijón Oliva y Serrano, 2013, p. 165), o intersubjetivo, si consideramos que la forma gramatical empleada presupone una experiencia compartida entre el periodista y los oyentes (Aijón Oliva, 2019, pp. 200-207).

Frente al valor de obligación inevitable inclusiva que adopta la forma *tenemos que* en los informativos, en las cartas las distintas formas de esta perífrasis adquieren un significado de instrucción personalizada al mismo tiempo que obligatoria, ya que quien las escribe ejerce una autoridad profesional sobre la audiencia. Este género, aparece en los periódicos, pero, sobre todo, en las revistas femeninas, pues reúne un gran número de consultas sobre temas jurídicos, de familia, de sociedad, de belleza, etc. El experto que responde a estas consultas personaliza sus respuestas indexando directamente (en singular o en plural) al que escribe mediante el uso de las distintas formas de la perífrasis *tener que*. Esta opción es la más apropiada para expresar obligaciones en temas de índole personal, como se aprecia en los siguientes ejemplos (25) y (26).

[Carta en revista femenina]

(25) Si no reconoce que tiene un problema, lo negará y mentirá para tapanlo. En ese caso *tenéis que acudir* a un centro especializado en adicciones para que hagan una intervención con vuestro hijo. (CIE<HabTen19>)

[Carta en revista femenina]

(26) Si tienes hijos, debes tener claro que ellos perciben todo lo que sucede en el seno familiar, no fuerces una relación que no funciona por tus hijos, ya que lejos de protegerlos, haces que ellos vivan el conflicto. Aquí te daremos algunas recomendaciones para saber si *te tienes que divorciar*. (CIE<HabTen19>)

Aunque de forma mucho menos frecuente, la forma desubjetivadora *hay que* se utiliza en las cartas para indicar una obligación como de aplicación universal. En el ejemplo (27), aunque el consejo está dirigido a una persona concreta, se pre-

senta como una recomendación de aplicación general. Lo mismo puede apreciarse en el ejemplo (28) en el que una lectora inquiriere al especialista sobre cómo solucionar conflictos entre padres e hijos.

[Carta en revista femenina]

(27) También *hay que tener presente* que el estado emocional del niño o del adolescente va a condicionar su rendimiento. (CIE<HabTen19>)

En el ejemplo (28) esta perífrasis inicia el enunciado con una instrucción generalizadora.

[Carta en revista femenina]

(28) Lo primero que *hay que hacer* es analizar por qué se producen (las discusiones). En ocasiones son los mismos padres los que las provocan, porque no quieren aceptar al hijo tal y como es. (CIE<HabTen19>)

Por último, los *magazines* muestran también una frecuencia significativa de la perífrasis *tener que*, lo cual es comprensible dada la naturaleza de estos textos, en los que las entrevistas y la interacción entre participantes son muy importantes.

[Magazine en televisión]

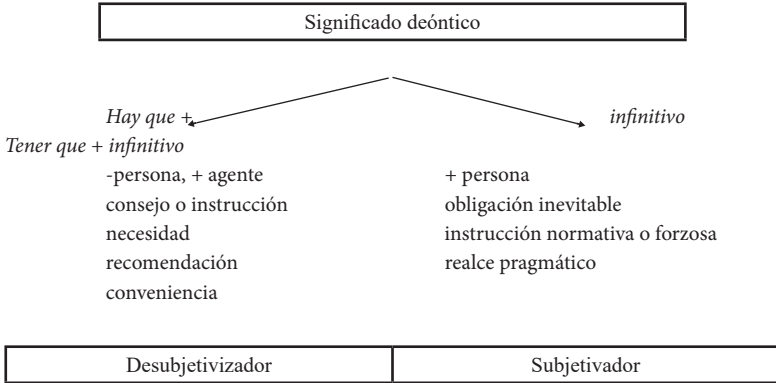
(29) A: ¿Qué te parece el festival?

B: Los festivales me parecen bien, pero no que se hagan canciones para festivales. *Tendrían que competir* temas que ya tienen aceptación popular y no canciones nuevas. (CIE<HabTen19>)

Los datos cuantitativos muestran la variación situacional de cada perífrasis de acuerdo con su significado. Como señalábamos al principio, las variantes morfosintácticas construyen su significado de acuerdo con el texto donde aparecen y este actúa como forma que covaría con ellas, puesto que la forma y el contexto se construyen mutuamente. El significado básicamente deóntico que comparten ambas formas adquiere distintos matices en las

situaciones donde se utiliza. Estos matices vienen determinados por la naturaleza del agente, sujeto o experimentador de dicha obligación o necesidad.

A modo de resumen, en el siguiente esquema podemos ver representados los valores que surgen del significado deóntico común a ambas perífrasis y que conducen a la creación del estilo comunicativo (de)subjetivador.



La inferencia de un agente en el caso de *hay que* hace proclive a esta perífrasis a aparecer en las situaciones donde el participante interlocutor o audiencia es indeterminado o difuso o se quiere presentar a este como tal. El significado que aporta al enunciado es desubjetivador, y este es estilo comunicativo al que tienden los ámbitos y géneros explorados: estados en redes sociales, titulares, reportajes y artículos periodísticos. Son textos escritos en los que el interlocutor o audiencia no está presente, por ello el valor deóntico se transforma en una gama de valores básicamente instructivos que adquiere carácter universal o general y que no se proyecta sobre un agente o conjunto de agentes específicos. En cambio, el significado deóntico de *tener que* se matiza en valores diferentes que vienen dados en buena medida por la presencia de un sujeto sintáctico, que implica una mayor accesibilidad del referente. De este modo, la obligación adquiere el valor de inevitable, normativa o forzosa, e implica directamente a la persona o personas de la acción designada. Por ello, la modalidad deóntica se convierte en

más precisa y definida que la que conlleva *hay que*. Esto explica el mayor uso de esta perífrasis en aquellos textos donde la presencia de la persona no puede o quiere ser evitada, tales como los informativos, cartas y *magazines*.

Variación según tipo de participante

La clasificación de los hablantes de acuerdo con el rol que adquieren con su participación en los textos y ámbitos anteriores arroja resultados coincidentes con los obtenidos en la cuantificación de estos (cuadro 3). Los participantes con la categoría *profesionales* presentan las mismas frecuencias de una y otra variante. Los hablantes particulares y los personajes públicos son los que utilizan con una mayor frecuencia la forma *hay que*. Aijón Oliva (2020b) obtiene resultados similares; los distintos valores de la forma perifrástica son más comunes entre los personajes públicos, además de entre los representantes políticos. Nuestros resultados se explican porque en las redes sociales son los hablantes particulares los que tienen mayor presencia. Generalmente son usuarios anónimos que escriben sus propias experiencias, vivencias, etc. en sus cuentas personales o las redirigen de otras cuentas. La finalidad de estos textos es la de expresar contenidos generales o universales sin focalizar en ningún otro participante. Esto sucede en buena medida porque las redes sociales, aunque tienen una finalidad claramente interactiva, son textos escritos en los que el interlocutor está *in absentia* (Calsamiglia y Tusón, 1999, p. 75) además, dichos interlocutores son plurales e indefinidos. Este modelo de audiencia facilita el uso de variantes desubjetivadoras como *hay que*, donde el participante proporciona instrucciones y consejos.

Participante	<i>Hay que + infinitivo</i>		<i>Tener que + infinitivo</i>		Total
	Casos y %	Pesos	Casos y %	Pesos	
Participantes particulares	122 (63.5)	0.635	70 (36.5)	0.365	192
Personajes públicos	103 (61.3)	0.613	65 (38.7)	0.387	168
Profesionales	78 (50)	0.500	78 (50)	0.500	156

<i>Participante</i>	<i>Hay que + infinitivo</i>		<i>Tener que + infinitivo</i>		Total
Periodistas	106 (48)	0.480	115 (52)	0.520	221
Políticos	30 (42.2)	0.423	41 (57.8)	0.577	71
Total	439		369		808

Cuadro 4. Porcentajes y probabilidades de *haber que + infinitivo* y *tener que + infinitivo* según el tipo de participante

El participante particular utiliza la perífrasis para introducir una recomendación que enmarca una opinión, como es el caso del ejemplo (30) o para difundir consejos en forma de frases y pensamientos que circulan muy a menudo por las redes (31).

[Hablante particular, estado en red social]

(30) *Hay que entender* los sucesos de esta última semana en el marco de la violencia que genera un ajuste brutal sobre las mayorías populares, y mientras vivimos en un estado de excepción y un estado de sitio no declarado. (CIE<HabTen19>)

[Hablante particular, estado en red social]

(31) Qué gran fuerza de voluntad *hay que tener* para decir que no a lo que uno quiere decir que sí. (CIE<HabTen19>)

En estos textos encontramos también estructuras con tendencia a la pragmatización, como la que se muestra en el ejemplo (32).

(32) *Hay que ser* impresentable. Noticias y actualidad (prelado Opus Dei). (CIE<HabTen19>)

El valor deóntico básico se matiza en estos textos y por estos participantes fundamentalmente en forma de recomendación o consejo. La elevada frecuencia de uso de *hay que* entre los personajes públicos es también explicable por el tipo de texto en el que tienden a participar. Normalmente responden a entrevistas o participan en reportajes escritos o televisivos, si bien es en estos dos últimos tipos de texto donde se obtienen frecuencias relevantes de esta forma (cuadro 2). El uso de esta perífrasis sirve para desubjetivar algunas respuestas relativas a cuestiones personales, como se aprecia en los ejemplos (33) y (34).

[Personaje público en entrevista de revista femenina]

- (33) También es que *hay que saber* diferenciar entre lo que es acoso y que quieran ligar contigo. Hay una línea muy delgada entre las dos cosas. (CIE<HabTen19>)

[Personaje público en *magazine* de televisión]

- (34) No he venido aquí a triunfar, soy un currante que llega para trabajar. Y *hay que saber* llevar la popularidad. (CIE<HabTen19>)

En cambio, el significado de obligación subjetivadora que ofrece *tener que* se utiliza más asiduamente entre los periodistas y los políticos. Se trata de participantes que pueden influir sobre la voluntad de su audiencia, o que necesitan autoindexarse o señalar a la audiencia, especialmente los segundos. La frecuencia de uso de los periodistas se correlaciona con la elevada presencia de la construcción inclusiva de primera persona *tenemos que* en los programas informativos (véanse los ejemplos 4 y 11). Sin embargo, la tendencia de estos participantes es la de promover la objetividad en sus enunciados (Aijón Oliva y Serrano, 2010; Aijón Oliva y Serrano, 2013, pp. 191, 196), razón por la cual buena parte de los titulares periodísticos se construyen con *hay que* (véase ejemplo 8).

El grupo de participantes políticos presenta una frecuencia representativa de la construcción *tener que*, lo cual es totalmente acorde con la tendencia a la subjetivación que suele presentar este tipo de participante (Aijón Oliva y Serrano, 2013, pp. 204-205) y, al mismo tiempo, con el tipo de texto en el que participa, especialmente en los debates de televisión y algunos artículos.

La modalidad de obligación inevitable que conlleva esta perífrasis es muy útil incluso para formular argumentos mediante la autoindexación con la primera persona del plural, como se aprecia en el ejemplo (35), donde el significado deóntico se proyecta sobre un grupo de referentes entre los que se incluye el propio participante. En este caso, el uso de la perífrasis se interpreta como una consecuencia negativa, que se deriva del significado general y original de obligación.

[Político en titular de periódico]

- (35) Entonces usted está diciendo que si el PP gobierna *tenemos que olvidarnos* del plan canario. (CIE<HabTen19>)

En el extracto de un programa de debate (36), el significado argumentativo se construye mediante el repetido uso de la primera persona del plural y del singular con la perífrasis *tener que* y con otras formas verbales. El enunciado final, si bien indexa a una tercera persona *tendrá que enviar*, incluye a la primera mediante el clítico *nos*.

[Político en debate de televisión]

(36) *Tenemos que ser* conscientes de una cosa\ no nos podemos engañar a nosotros mismos\ pero eso *tengo que decirlo*\ y es lo que pensamos pero eso no se está viendo reflejado en la creación de empleo [...] la cifra\ como nos indicó la consejera\ nos la *tendrá que enviar* y hacer la valoración\. (CIE<HabTen19>)

No obstante, el valor modal que proporciona la perífrasis *hay que* es válido para presentar argumentos de una forma más general y objetiva. En este tipo de textos el uso de la perífrasis se convierte en una imposición, como se observa en (37).

(37) Por tanto\ *hay que tantear* las políticas que nos han llevado a cinco millones de parados\ *hay que explicarle* a la ciudadanía que usted estuvo tres años al frente de la Consejería de Hacienda\. (CIE<HabTen19>)

Esto explica la frecuencia encontrada, aunque ligeramente menor, de esta perífrasis en la categoría socioprofesional de los políticos.

Conclusiones

El análisis sociosituacional de las perífrasis *haber que* y *tener que* muestra que la variación morfosintáctica está regida por principios de base cognitivo-funcional. Los distintos valores de prominencia cognitiva de los referentes de cada una de ellas dan lugar a distintos matices y valores del significado deóntico fundamental que ambas comparten. Así pues, la accesibilidad difusa e interpretable de un referente en *haber que* contrasta con

la presencia clara de un sujeto sintáctico en la forma *tener que*. Contrariamente a lo esperado, la primera adquiere una mayor gama de valores, básicamente en torno a la recomendación, instrucción, consejo o conveniencia que se proyecta sobre un conjunto de referentes o agentes indeterminado y difuso, y esto de forma general o universal. La difuminación del agente o experimentador reduce su responsabilidad sobre el contenido. Por ello, su uso promueve la desubjetivación del enunciado.

En cambio, la perífrasis *tener que*, pese a que admite la conjugación con una mayor variedad de formas verbales, muestra la obligación básicamente como forzosa, inevitable o normativa, con una menor variedad de matices. Esta aparente contradicción puede deberse, precisamente, a la mayor variedad de tiempos y formas que admite *tener que*: esto le impide fosilizarse o pragmaticalizarse en una forma concreta cuyo uso se extienda a muy diversos contextos, como sí ocurre con *haber que*. En particular, el presente *hay que* apenas se percibe ya como una forma verbal conjugada, sino que presenta una tendencia a ser un simple morfema que se añade al verbo principal para indicar ese valor deóntico muy general. Esto sucede porque la obligación se asocia con un sujeto específico y determinado, que viene representado en forma de sujeto (expreso u omitido). Por esta razón, el estilo que crea conlleva unos valores mucho más restrictivos, centrados en la subjetividad.

La siguiente figura ilustra los significados y los estilos comunicativos a los que dan lugar las perífrasis que hemos analizado.

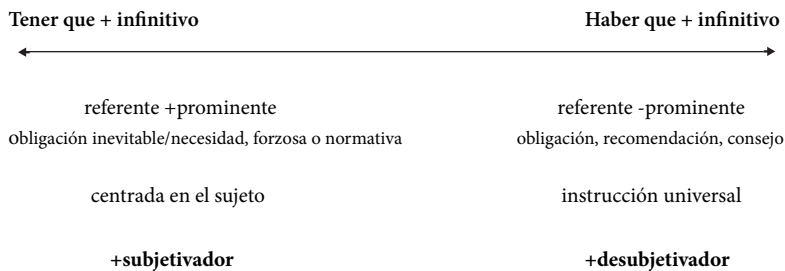


Figura 2. Resumen de los significados y estilos comunicativos de las perífrasis *tener que* + infinitivo y *haber que* + infinitivo

Estos significados se crean en conjunción con la naturaleza de los textos en los que tienden a usarse y, como se ha demostrado, cada perífrasis tiende a utilizarse en situaciones comunicativas diferentes y entre distintos tipos de participantes.*

Referencias

- AIJÓN OLIVA, M. A. (2013). On the Meanings and Functions of Grammatical Choice: The Spanish First-Person Plural in Written-Press Discourse. *Pragmatics*, 23, 573-603.
- AIJÓN OLIVA, M. A. (2019). *Constructing Us. The First and Second Persons in Spanish Media Discourse*. Berlín: Mouton de Gruyter.
- AIJÓN OLIVA, M.A. (2020a). Talking About 'Others'. Referential Readings and Pragmatic Functions of non-Phoric Plural Third Persons in Spanish Media Discourse. *Lingua. An International Review of General Linguistics*, 243, 102906.
- AIJÓN OLIVA, M. A. (2020b). Modalidad deóntica y desubjetivación: la construcción haber-que con infinitivo en la comunicación de masas escrita y oral (en evaluación en una revista científica).
- AIJÓN OLIVA, M. A. (2020c). Opciones múltiples, funciones diferentes: las construcciones modales deónticas en el discurso oral y escrito de los medios de comunicación (en evaluación en una revista científica).
- AIJÓN OLIVA, M. A. y SERRANO, M. J. (2010). The Cognitive Bases of Linguistic Style, *Sociolinguistic Studies*, 4(1), 115-144.
- AIJÓN OLIVA, M. A. y SERRANO, M. J. (2013). *Style in Syntax. Investigating Variation in Spanish Pronoun System*. Berna: Peter Lang.
- ALARCOS LLORACH, E. (1996). *Gramática de la lengua española*. Madrid: Espasa Calpe.

* Este trabajo forma parte del proyecto de investigación "Variación gramatical y creación del significado en español: los objetos centrales y las construcciones desubjetivadoras" (FFI2016-74825P) subvencionado por el Ministerio de Ciencia e Innovación (España). Agradezco las sugerencias realizadas por los evaluadores anónimos.

- ALCINA FRANCH, J. y BLECUA, J. M. (1975). *Gramática española*. Barcelona: Ariel.
- ARIEL, M. (2001). Accessibility Theory: An Overview. En T. Sanders, J. Schilperoord y W. Spooren (eds.), *Text Representation: Linguistic and Psycholinguistic Aspects* (pp. 29-87). Ámsterdam: John Benjamins.
- BENVENISTE, E. (1997[1971]). *Problemas de lingüística general I*. Madrid: Siglo XXI.
- BRAVO, A. y GARCÍA FERNÁNDEZ, L. (2016). Perífrasis verbales. En J. Gutiérrez-Rexach (ed.), *Enciclopedia de lingüística hispánica* (pp. 785-796). Londres: Routledge.
- CALSAMIGLIA, H. y TUSÓN, A. (1999). *Las cosas del decir. Manual de análisis del discurso*. Barcelona: Ariel.
- CROFT, W. y CRUSE, A. D. (2004). *Cognitive Linguistics*. Cambridge: Cambridge University Press.
- FERNÁNDEZ RAMÍREZ, S. (1986). *Gramática española 4. El verbo y la oración*. Madrid: Arco Libros.
- FERNÁNDEZ SORIANO, O. (1999). Two Types of Impersonal Sentences in Spanish: Locative and Dative Subjects. *Syntax*, 2, 101-140.
- FERNÁNDEZ SORIANO, O. y TÁBOAS BAYLÍN, S. (1999). Construcciones impersonales no reflejas. En I. Bosque y Demonte, V. (eds.), *Gramática descriptiva de la lengua española* (pp. 1723-1778). Madrid: Espasa Calpe.
- GARACHANA CAMARERO, M. (2018). (ed.) Las perífrasis verbales en una perspectiva histórica. En M. Garachana Camarero (ed.), *La gramática en la diacronía. La evolución de las perífrasis verbales modales en español* (pp. 9-33). Madrid/Fránkfort: Iberoamericana/Vervuert.
- GARACHANA CAMARERO, M. y ROSENMEYER, M. (2011). Rutinas léxicas en el cambio gramatical. El caso de las perífrasis deónticas e iterativas. *Revista de Historia de la Lengua Española*, 6, 35-60.
- GARCÍA SALIDO, M. (2011). La distinción deíxis/anáfora y su aplicación a las formas de persona del español. *Revista de Filología Española*, XCI(1), 65-88.
- GILI GAYA, S. (1985). *Curso superior de sintaxis española*. Barcelona: Biblograf.

- GÓMEZ TORREGO, L. (1988). *Perífrasis verbales: sintaxis, semántica y estilística*. Madrid: Arco Libros.
- GÓMEZ TORREGO, L. (1992). *La impersonalidad gramatical: descripción y norma*. Madrid: Arco Libros.
- JOHNSON, D. E. (2009). Getting off the GoldVarb Standard: Introducing Rbrul for Mixed-Effects Variable Rule Analysis. *Language and Linguistics Compass*, 3(1), 359-383.
- LANGACKER, R. W. (2009). *Investigations in Cognitive Grammar*. Berlín: Mouton de Gruyter.
- LAVANDERA, B. (1984) *Variación y significado*. Buenos Aires: Hachette.
- LENZ, R. (1935). *La oración y sus partes. Estudios de gramática general y castellana*. Madrid: Centro de Estudios Históricos.
- LÓPEZ GARCÍA, A. (1988). *Gramática española. Las partes de la oración*. Madrid: Arco Libros.
- LYONS, J. (1977). *Semantics*: Cambridge: Cambridge University Press.
- MATTE BON, F. (2002). *Gramática comunicativa del español de la lengua española*. Tomo I. Madrid: Edelsa.
- PALMER, F. R. (2001). *Mood and Modality*. Cambridge: Cambridge University Press.
- REAL ACADEMIA ESPAÑOLA y ASOCIACIÓN DE ACADEMIAS DE LA LENGUA ESPAÑOLA (2005). *Diccionario panhispánico de dudas*. Madrid: Santillana.
- REAL ACADEMIA ESPAÑOLA y ASOCIACIÓN DE ACADEMIAS DE LA LENGUA ESPAÑOLA (2010). *Nueva gramática de la lengua española* (NGLE). Madrid: Espasa Calpe.
- ROMO SIMÓN, F. (2018). Un análisis cognitivista de las perífrasis modales de obligación: la alternancia entre “deber + infinitivo” y “tener que + infinitivo”. *Círculo de Lingüística Aplicada a la Comunicación*, 73, 217-242.
- SECO, R. (1988). *Manual de gramática española*. Madrid: Aguilar.
- SERRANO, M. J. (2011). Morphosyntactic Variation in Spain. En M. Díaz-Campos (ed.), *Handbook of Hispanic Sociolinguistics* (pp. 187-204). Oxford: Wiley-Blackwell.
- SERRANO, M. J. (2016). La variación sintáctica. En J. Gutiérrez-Rexach (ed.), *Enciclopedia de lingüística hispánica* (pp. 809-821). Londres: Routledge.

- SERRANO, M. J. (2020). La textualización de la desubjetivización: variación entre la perífrasis *haber que* + infinitivo y el clítico *se*. *Oralia*, 23(1), 131-164.
- SERRANO, M. J. (2021a). Gradual Objectivity. Variation in the Use of the Objectivizing Second-Person Singular *tú* in Spanish. *Journal of Pragmatics*, 176, 44-62.
- SERRANO, M. J. (2021b). Variation in Society: The Periphrases *tener/haber que* + Infinitive by Sex/Gender of Participants in Spanish. *Pragmatics and Society* (aceptado para su publicación).
- SERRANO, M. J. y AIJÓN OLIVA, M. A. (2011). Syntactic Variation and Communicative Style. *Language Sciences*, 33, 138-153.
- SERRANO, M. J. y AIJÓN OLIVA, M. A. (2013). Seguimos con la actualidad... The Omission of *Nosotros* 'we' across Spanish Media Genres. *Discourse & Communication*, 7(4), 409-433.
- SIEWIERSKA, A. (2011). *Impersonal Constructions. A Cross-Linguistic Perspective*. Amsterdam: John Benjamins.
- SIEWIERSKA, A. y PAPASTATHI, M. (2011). Towards a Typology of Third Person Plural Impersonals. *Linguistics*, 49, 575-610.