RELEVa
Revista de Estudios de Lengua Española Valladolid

Ed UVa EDICIONES Universidad de Valladolid

El uso de las formas de tratamiento en el paisaje lingüístico de Valencia (España)

The use of forms of address in the linguistic landscape of Valencia (Spain)

JORGE ROSELLÓ VERDEGUER
Universitat de València
jorge.rosello@uv.es
ORCID: https://orcid.org/0000-0001-7909-1678
Recibido/Received: 19/12/2025 Aceptado/Accepted: 26/01/2026
Cómo citar/How to cite: Roselló Verdeguer, Jorge (2026). "El uso de las formas de tratamiento en el paisaje lingüístico de Valencia (España)". *RELEVa. Revista de Estudios de Lengua Española. Valladolid*, 1, pp. 1-42. DOI: https://doi.org/10.24197/01.10949

Artículo de acceso abierto distribuido bajo una Licencia Creative Commons Atribución 4.0 Internacional (CC-BY 4.0). / Open access article under a Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC-BY 4.0).

Resumen: En este artículo, analizamos el uso de las formas de tratamiento observadas en el paisaje lingüístico de la ciudad de Valencia (España). Para ello, seleccionamos 400 fotografías que reproducen carteles expuestos en lugares públicos (en la calle, en las fachadas de los comercios privados o establecimientos públicos, en portales, en paredes, etc.) y en los que es visible una forma de tratamiento dirigida a la ciudadanía. Tras realizar un estudio cuantitativo, los resultados muestran que el tuteo es la forma más extendida, con más de un 75 % de preferencia, aunque su uso queda condicionado por algunas variables, como el tipo de cartel utilizado o la finalidad del mensaje.
Palabras clave: formas de tratamiento; paisaje lingüístico; Valencia; variables condicionantes.

Abstract: This article examines the use of forms of address found in the linguistic landscape of the city of Valencia, Spain. To conduct the study, we selected 400 photographs of signs displayed in public spaces—on streets, on the façades of private businesses and public institutions, in entryways, and on walls—each containing a form of address directed at the public. The findings indicate that *tuteo* (the informal second-person singular) is the most commonly used form, appearing in over 75% of the cases. However, its use is sometimes influenced by certain variables: the type of sign or the purpose of the message.
Keywords: forms of address; linguistic landscape; Valencia; influencing variables.

INTRODUCCIÓN

A lo largo del tiempo, las formas de tratamiento en español han sido estudiadas desde distintos enfoques metodológicos (Medina Morales, 2010). En una primera época, el tratamiento tiene una orientación claramente filológica, sin un método definido y tomando como fuente de análisis textos literarios, gramáticas y diccionarios. En este sentido, podemos citar el trabajo de Saint Clair Sloan (1922), uno de los primeros sobre tratamiento en español, que usa gramáticas áureas y el *Tesoro* de Covarrubias para analizar los valores de *tú*, *vos* y *vuestra merced* en la primera parte de *El Quijote*. Más recientemente, García Gallarín (2002) analiza los tratamientos utilizando el corpus de las *Novelas ejemplares,* contrastando la información extraída de los textos con documentación complementaria de gramáticas y diccionarios de la época cervantina. Heredero también de esa misma tradición filológica es el trabajo de Lapesa (1970), que analiza las formas de tratamiento en gramáticas, diccionarios y textos literarios desde el *Cantar de Mio Cid*.

Pero los estudios más abundantes han sido los que han utilizado la metodología sociolingüística siguiendo la tradición iniciada por Brown y Gilman (1960) sobre los conceptos de poder y solidaridad. Para estos autores, el poder se entiende como la capacidad de influir en el comportamiento de otras personas, que puede tener distintos orígenes (estatus social, edad, sexo, etc.) y que lleva a tratamientos asimétricos: el hablante que ocupa la posición de poder se dirige con *tú* al subordinado, que responde con *usted*. Las relaciones de solidaridad son, en cambio, simétricas, y pueden ser solidarias, lo que llevará al uso recíproco de *tú*, o no solidarias, en cuyo caso se optará por *usted* como señal de distancia (Brown y Gilman, 1960). Estos autores también observan un cambio, desde finales del siglo XIX, tendente a la supresión del eje semántico del poder a favor del de la solidaridad, lo que ha significado la disminución del tratamiento asimétrico y el aumento del simétrico, especialmente el del tuteo mutuo.

Pero muchos autores han puesto en duda esta teoría. Así, Blas Arroyo (1995, p. 231) señala que «ni el poder ni la solidaridad son factores estáticos que determinen mecánicamente el tratamiento categórico», y

Moreno Fernández (2009, p. 51) apunta, por su parte, que poder y solidaridad no son conceptos excluyentes, ya que podemos encontrar que «un superior con poder puede ser solidario con su interlocutor (un pariente, por ejemplo) o no solidario; y, a la vez, un inferior sin poder puede ser solidario con su interlocutor (un antiguo empleado de familia) o puede no serlo».

La mayoría de estos estudios sociolingüísticos se adscriben a la corriente variacionista de Labov (1966, 1972), que analiza las distintas variables (edad, sexo, profesión, nivel sociocultural…) que condicionan el uso de las formas pronominales, y utilizan procedimientos estadísticos para el tratamiento de los resultados obtenidos. El método habitual para la recogida de datos es el cuestionario, aunque también hay estudios basados en corpus (Roselló, 2018; Sampedro Mella, 2022, etc.).

Un tercer enfoque de corte pragmático, que cuenta también con estudios abundantes, vincula el uso de estos pronombres con el fenómeno de la cortesía según los parámetros introducidos por Brown y Levinson (1987). Esta corriente considera que las formas de tratamiento son expresiones referenciales que emplea el hablante para dirigirse al destinatario y pertenecen al ámbito de la deixis social, ya que codifican la identidad de los participantes y la relación entre ellos, es decir, cumplen una función fundamental en la manifestación de la cortesía. Desde esta perspectiva, se reservaría el carácter cortés a la forma *usted*, mientras que la forma *tú* se asociaría a otros parámetros (familiaridad, confianza, solidaridad, etc.).

Esta corriente, sin embargo, también ha sido puesta en duda. Así, Blas Arroyo (2005) defiende que la posición *tú* / *usted* podría analizarse en no pocos casos como un reflejo de dos tipos de cortesía diferentes: el tratamiento con *tú* vendría a representar el predominio interaccional de la llamada cortesía positiva, mientras que el uso de *usted* aparecería asociado al dominio de la cortesía negativa. De esta manera, junto a las consideraciones anteriores de familiaridad, confianza, etc., habría que añadir el empleo cortés, que puede hacer que se cambie de tratamiento (*usted* > *tú*) con el fin de limar ciertos prejuicios sociales o ganarse al interlocutor.

Muy cerca de este planteamiento está el adoptado por la sociolingüística interaccional, esto es, un método que conjuga los principios variacionistas clásicos con el análisis cualitativo propio de la pragmática y el análisis de la conversación. Desde este enfoque, se considera que tanto o más importante que la identidad social de los hablantes son determinados aspectos contextuales, como el tipo de participantes, la clase de actividad desarrollada mediante el lenguaje, el tono de la interacción, el grado en que los interlocutores participan de unas expectativas sociales y culturales comunes, etc. (Blas Arroyo, 2003).

Una nueva manera de abordar las formas de tratamiento se centra en observar el paisaje lingüístico, que busca explorar la manera en la cual la lengua o las lenguas de una comunidad se presentan en los espacios públicos (vallas publicitarias, letreros de tiendas, grafitis y otras inscripciones, ya sean de producción profesional o artesanal). Como pone de manifiesto Guarín (2021), que ha realizado un estudio de los pronombres de tratamiento en el paisaje lingüístico del departamento del Quindío, en Colombia, el estudio del signo y sus significantes ha sido un tema de interés en diferentes áreas como la geografía urbana, la arquitectura, las ciencias ambientales, la sociología, la antropología, la semiótica y los estudios de comunicación social, entre otros; no obstante, este estudio de los signos en la comunidad ha sido adoptado por la sociolingüística bajo el término de paisaje lingüístico. Spolsky (2009, p. 25) señala que «el estudio de la señalización pública multilingüe se está convirtiendo en un subcampo de la sociolingüística y de la política lingüística», y Coulmas (2009) también considera el paisaje lingüístico como un campo fértil para la investigación sociolingüística, pues puede indicar la correlación y la covariación del uso de la lengua y la clase social y, en un sentido más amplio, dar cuenta de los vínculos entre la lengua y otros elementos sociales.

En efecto, a través de estos elementos que componen el paisaje lingüístico (rótulos, letreros, comunicados, etc.), podemos ver las formas pronominales en que los autores de estos signos, ya sean públicos o privados, se dirigen a sus conciudadanos (clientes, consumidores, viandantes, conductores, votantes, etc.) y observar las diferentes formas de tratamiento utilizadas. Es cierto que nos van a faltar algunos de los

elementos importantes con los que trabajan las metodologías sociolingüísticas de corte variacionista (edad, sexo o nivel sociocultural del informante), puesto que a menudo desconocemos estos datos de los creadores del mensaje. Asimismo, los receptores son un público amplio, en la mayoría de los casos sin especificación sobre su edad, sexo o nivel sociocultural (aunque, en ocasiones, se pueda intuir a quién va dirigido un determinado mensaje). En este sentido, las formas de tratamiento estarían más acorde a las usadas en los anuncios publicitarios (Chodorowska-Pilch, 2011), si bien el marco del paisaje lingüístico sería mucho más amplio, ya que abarcaría, además de los carteles publicitarios (vallas), otros más informativos o, en todo caso, menos persuasivos (indicaciones, órdenes, recomendaciones, etc.).

1. LAS FORMAS DE TRATAMIENTO EN ESPAÑA

Además de las distintas metodologías utilizadas para el estudio de las formas de tratamiento a las que hemos hecho mención anteriormente, otros trabajos se han centrado en los usos particulares en las diversas zonas geográficas del español, ya que no estamos ante un sistema de tratamiento único, sino ante un conjunto de sistemas gramaticalmente diferenciados en las distintas variedades diatópicas del español (Fontanella de Weinberg, 1999). Ciñéndonos al español europeo, ya que en este estudio no vamos a referirnos a los sistemas empleados en el español de América[1], uno de los pioneros en España fue el de Borrego Nieto, Gómez Asencio y Pérez Bowie (1978), en el que apelaban a la «escasez de trabajos sobre el tema»[2] y se ocupaban de la semántica de los pronombres de tratamiento utilizando un grupo de población estudiantil de la Universidad de Salamanca, proveniente en su gran mayoría de la región castellano-leonesa, y de edades comprendidas entre los dieciocho y los veinticinco años. Elaboraron una encuesta que fue aplicada a 104 alumnos de primer curso

[1] Nos referimos aquí a los que Fontanella de Weinberg (1999, pp. 1401- 1404) considera el sistema I (español castellano con un paradigma de cuatro formas; *tú*, *usted*, *vosotros* y *ustedes*) y parte del sistema II (Andalucía occidental y Canarias), si bien el castellano utilizado en las regiones bilingües tiene o puede tener ciertas particularidades (Roselló, 2013, pp. 309-312).

[2] Sin embargo, ya existían los trabajos de Fox (1969) y Marín (1972).

y a 105 de quinto curso con la que se pretendía determinar si los años intermedios influían de alguna manera en la elección de *tú* y *usted*. Llegaron a la conclusión de que la edad era el factor más importante en la elección del pronombre de tratamiento.

Por su parte, Alba de Diego y Sánchez Lobato (1980) realizaron una encuesta a jóvenes de catorce a diecinueve años en el Instituto de Enseñanza Media Eijo Garay, de Madrid. Al igual que ocurría en el anterior trabajo realizado en Salamanca, estos autores resaltaban la edad como el factor determinante para la elección pronominal, ya que la elección de *tú* ganaba terreno en muchos ámbitos.

Aguado Cantanedo (1981) se centró en Bilbao y encuestó a estudiantes universitarios de edades comprendidas entre los dieciocho y los veinticuatro años. Igualmente, este autor consideraba la edad como el factor más importante en el uso de *tú*, por encima casi siempre del estatus socioprofesional y del sexo del receptor.

También Molina Martos (1993) realizó su estudio en Madrid, esta vez con estudiantes universitarios de edades comprendidas entre los veinte y los veinticuatro años, de la Facultad de Filología de la Universidad Complutense. Años después completó su trabajo con encuestas realizadas a estudiantes de la misma Universidad y de la de Alcalá utilizando las mismas encuestas (Molina Martos, 2005). La autora concluía que se estaba produciendo un verdadero cambio lingüístico, todavía en marcha, que irradiaba a través de la generación más joven, grupo difusor del tuteo, y que se iba extendiendo al resto de los niveles generacionales.

Blas Arroyo (1998) eligió la ciudad de Valencia para la obtención de datos y fue él mismo participante activo en la interacción, anotando o grabando las variantes pronominales que los integrantes de la muestra (231) dirigían a dos interlocutores fijos durante los primeros minutos de un diálogo. Aunque los resultados fueron heterogéneos debido al gran número de variables utilizadas, el estudio también concluía que la edad de los interlocutores era una variable muy determinante y que había un evidente avance de *tú* en detrimento de *usted* en todos los ámbitos de las relaciones sociales.

Sampedro Mella (2015) se centró en Santiago de Compostela y utilizó un conjunto de entrevistas del corpus PRESEEA de esa ciudad para

observar la variación de *tú* y *usted* que se producía ante un mismo interlocutor a lo largo de una entrevista. Si bien, señala la autora, los hablantes seleccionan uno u otro pronombre dependiendo de diversos factores, la forma habitual de dirigirse al interlocutor es *tú*, que se establece como forma no marcada, y la edad es la variable que influye más en ellos para seleccionar una forma u otra.

En definitiva, los estudios sobre formas de tratamiento suelen centrarse en el ámbito urbano[3] y destacan la edad, por encima de otras variables sociales y pragmáticas, como el factor más determinante para el uso de una u otra forma pronominal. Por lo que hace referencia a la zona geográfica de nuestro estudio, Valencia y su área metropolitana, el equipo PRESEEA-Valencia ha estudiado con cierto detalle el fenómeno. En líneas generales, de sus trabajos se desprende que el tuteo es mayoritario en la zona, si bien la edad y el desconocimiento del interlocutor restringen su extensión. Por otra parte, aunque es cierto que se tutea más que hace unos años, sigue existiendo un cierto «tratamiento cautelar» de primer acercamiento, que hace aflorar la forma *usted* (Roselló, 2013, 2018)[4].

2. LOS ESTUDIOS SOBRE PAISAJE LINGÜÍSTICO

El paisaje lingüístico se puede considerar un método de análisis de datos en la sociolingüística urbana que abarca diferentes objetos de estudio, si bien muchos de ellos se han centrado en analizar la presencia de diferentes lenguas en un mismo espacio urbano, la estructura y organización en el uso de estas, su reparto en distintas zonas, etc. También los estudios sobre paisaje lingüístico están sirviendo como herramienta pedagógica para la enseñanza de lenguas extranjeras (Galloso Camacho *et*

[3] Para el espacio rural, que está menos representado, pueden verse, entre otros, los trabajos de Moreno Fernández (1986) sobre Quintanar de la Orden, y de Ruiz González (2016), centrado en La Orotava.

[4] Somos conscientes de que no hemos referenciado muchos trabajos relativos a otras ciudades españolas y que apenas hemos aludido al Sistema II de Fontanella de Weinberg (1999) sobre los tratamientos en la parte occidental de Andalucía y en Canarias. Para una bibliografía completa y actualizada sobre el tema, puede verse Fernández y Gerhalter (2017). Nuestro propósito en este epígrafe era tan solo dar un breve apunte sobre el comportamiento de las formas de tratamiento en España.

al, 2023), para el análisis de las políticas lingüísticas (Davis, 2014; Shoamy y Gorter, 2009; Barni y Begna, 2015), movimientos de indignados (Martín y Díaz, 2014), etc.

Es cierto, como señala Moustaoui (2019), que, históricamente, gran parte de las investigaciones en sociolingüística se centran en aspectos relacionados con la modalidad y el discurso oral en la interacción y que este interés en la oralidad excluyó en parte el análisis del paisaje lingüístico y, en general, la escritura en el espacio público. Pero no cabe duda de que estos textos repartidos por todo el espacio urbano constituyen un verdadero «diálogo» entre agentes ciudadanos (sean estos públicos, como ayuntamientos, gobiernos regionales o estatales, diputaciones, etc., o privados, como academias, comercios, vendedores, etc.) y viandantes, que están recibiendo continuamente esta información «silenciosa» mientras transitan por las calles.

El concepto de paisaje lingüístico aparece por primera vez en un trabajo de Landry y Bourhis (1997) en el que se investigaba a un grupo de estudiantes francófonos en varias provincias canadienses con la intención de conocer su actitud frente a la lengua empleada en los letreros y vallas comerciales. «The language of public road signs, advertising billboards, Street names, place names, commercial shop signs, and public signs on government building combine to form the linguistic landscape of a given territory, region or urban agglomeration» (Landry y Bourhis, 1997, p. 25).

Siguiendo a Luna Villalón (2013, p. 11), podemos decir que los paisajes lingüísticos son una muestra de una práctica cultural de lectoescritura en la que los propietarios de los negocios o los representantes de las instituciones públicas tienen «agentividad para decidir qué mensaje comunicar, cómo comunicarlo y en qué lengua o lenguas hacerlo».

En España, uno de los primeros trabajos que se ocupó con cierta profundidad el tema fue el de Pons Rodríguez (2012), sobre el paisaje lingüístico de Sevilla, en el que analizaba «testimonios lingüísticos efímeros y poco trabajados», a partir de los cuales se podía colegir «mucha información sobre la concurrencia de lenguas en nuestra sociedad» (Pons Rodríguez, 2012, p. 14). La autora también se hacía eco de algunos trabajos pioneros realizados en España, como los de Castillo y Sáez

(2011), sobre Madrid, en el que podían encontrarse abundantes datos sobre los prolegómenos en la investigación de signos públicos de lugares en España[5].

En los últimos años, los estudios sobre paisaje lingüístico en España no han hecho más que crecer. Hoy disponemos de trabajos que analizan diversos aspectos en ciudades como Barcelona (Comajoan Colomé, 2013), Pontevedra y Santiago de Compostela (Regueira *et al*., 2013), Málaga (Esteba Ramos, 2014), Mallorca (Bruyèl Olmedo y Juan Garau, 2015), Zaragoza (Félez Vicente, 2017), Valladolid (Mendizábal de la Cruz y Sanz Mateos, 2025), Granada (Pablo Núñez, 2025), etcétera[6].

Por lo que se refiere a la ciudad objeto de estudio de este artículo, Valencia, contamos con numerosos trabajos. Uno de los primeros fue el llevado a cabo por Vallès i Sanchis (2003), en el que se establecía el grado de uso de castellano y de catalán en los carteles comerciales y oficiales de la ciudad. En la misma línea sobre el uso del catalán o valenciano y del español en la ciudad y en la Comunidad, están los trabajos más recientes de Lado (2011), Morant y Martín (2017), Bellés Calvera (2019) y Martínez Ibarra (2021). Por su parte, Ma (2017) analiza el paisaje lingüístico chino-español en la ciudad de Valencia y Gómez-Pavón y Quilis (2021) se adentran en el paisaje lingüístico de la migración en el barrio valenciano de Ruzafa.

En definitiva, los estudios sobre el tema se han centrado fundamentalmente en mostrar los conflictos lingüísticos en un paisaje urbano, enclavado en una sociedad cada vez más plurilingüe y multicultural, y en analizar cuál es la importancia social de cada lengua en zonas determinadas. Pero faltan todavía otros estudios que profundicen en los aspectos gramaticales (corrección ortográfica, sintaxis, léxico utilizado…) y pragmáticos (el uso de la cortesía, la atenuación, intensificadores, formas de tratamiento…) de los signos con el fin de aportar nuevos análisis que nos ayuden a comprender su importancia y su repercusión social.

---

[5] Urrutia (1999), sobre el régimen jurídico en el paisaje lingüístico del País Vasco; Cenoz y Gorter (2006), que se centraron en el vasco como lengua minoritaria; Solé (1998) y Leprête y Romaní (2000) sobre la publicidad exterior en Barcelona, etc.

[6] Para un panorama más completo, puede verse Calvi (2018).

3. METODOLOGÍA

La recopilación de datos para nuestro trabajo se llevó a cabo durante los últimos meses de 2023 y en 2024. De toda la muestra, solo fueron desechadas las fotografías que mostraban mala calidad de la imagen, las que estaban repetidas (el mismo contenido, pero en distinto lugar) o las que exhibían poca claridad o ambigüedad en el texto. En alguna ocasión no se nos permitió tomar fotos del establecimiento o se nos dio el visto bueno después de explicaciones bastante detalladas. También descartamos imágenes que, a nuestro juicio, eran poco representativas del lugar objeto de análisis, ya que podían encontrarse en cualquier ciudad española, como era el caso de vallas o carteles de grandes empresas[7] (Vodafone, Seguros Occident, El Corte Inglés, Mediamarkt, etc.), como se ve en la Imagen 1.

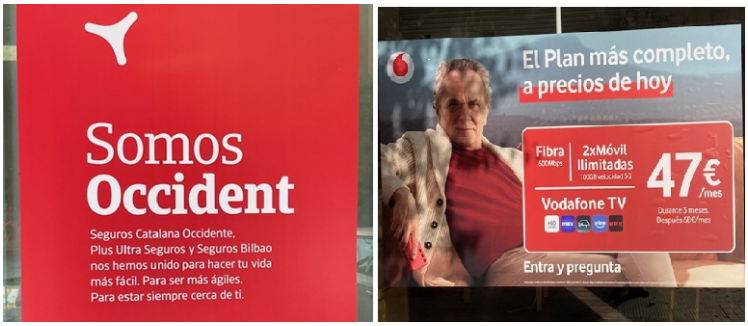

Imagen 1. Dos carteles no incluidos en la muestra

En este sentido, preferimos centrarnos en carteles relacionados con el comercio local o instituciones de la ciudad (Imagen 2).

[7] Pons Rodríguez (2012, p. 79) distingue entre signos producidos *in situ*, esto es, «signos locales», y los producidos para una distribución supralocal, que denomina «signos globales». Estos últimos normalmente son transportados hasta el enclave. Los carteles a los que nos referimos, y que hemos descartado, estarían dentro de esta categoría, puesto que pertenecen a firmas con implantación en todo el territorio nacional y, suponemos, se pueden encontrar en esas mismas empresas de otras ciudades. En cuanto a las formas de tratamiento, tienen características similares a los que nosotros denominamos «carteles impresos digitalmente».

Imagen 2. Carteles vinculados a la ciudad objeto de análisis

En total, se seleccionaron 400 fotografías, tomadas siempre en espacios públicos y destinadas, o bien a su exhibición permanente o, al menos, que permanecieran un tiempo considerable. Se incluyeron vallas publicitarias, carteles comerciales de todo tipo, indicaciones, avisos, sugerencias, recomendaciones, etc.

Ya hemos señalado que las variables con las que trabaja la sociolingüística de tipo variacionista (edad, sexo, nivel sociocultural) no son aplicables a este trabajo, puesto que en la mayoría de los casos desconocemos estos datos de los creadores del mensaje. Hay que recurrir, por tanto, a las variables empleadas habitualmente por el paisaje lingüístico en sus análisis. Así, Landry y Bourhis (1997) distinguen entre signos privados y públicos, dependiendo de si los producen empresas privadas o autoridades públicas. Por su parte, Ben-Rafael *et al* (2006) siguen esta clasificación al distinguir entre un paisaje lingüístico *top-down*, de arriba abajo, y un paisaje lingüístico *bottom-up*, de abajo arriba: en la primera categoría se incluirían los signos difundidos por instituciones públicas y en la segunda los rótulos de tiendas, anuncios personales, grafitis, pintadas, etc. Otra clasificación importante para nuestro trabajo tiene que ver con la función de los signos. A partir de la inicial realizada también por Landry y Bourhis (1997), que distinguía la informativa y la simbólica, se han añadido otras como la realizada por Kallen (2010), que incorpora el *marketplace* (lugares para la compra-venta de bienes y servicios), *portals* (portales para el intercambio comunicativo), *wall* (anuncios informativos, pegatinas, carteles, etc.), *detritus zone* (residuos

dejados por distintas actividades o el tránsito de personas), etc. Backhaus (2007) da importancia al soporte en que se muestra públicamente el signo y distingue entre elementos permanentes o efímeros en el tiempo; Pinto Pajares (2023) incluye las actividades comerciales y el tipo de negocio donde se pone el cartel; Gómez-Pavón y Quilis (2021), los distintos barrios de la ciudad, etc. A partir de todos ellos, hemos seleccionado una serie de variables independientes que puedan condicionar a la variable dependiente o lingüística (en este caso, el uso de *tú* y *usted*).

Así pues, a cada fotografía se le asignó unas coordenadas geográficas en las que constaba el distrito de la ciudad en donde se tomó la imagen; el tipo de letrero (si era de elaboración propia, esto es, escrito a mano o impreso con un ordenador personal; o se trataba de un cartel de impresión digital realizado en una imprenta con técnicas de serigrafía o similar); el lugar donde estaba colgado (en un negocio privado, en un establecimiento público, en la calle, en un portal, en un vehículo…); el tipo de comercio o institución (alimentación, hostelería, negocios inmobiliarios, bancos, gestorías, ocio, educación, tiendas de ropa, de estética…); el propósito (informativo, comercial, solidario, reivindicativo…); la autoría (si era un comercio privado o una institución pública); la ilustración (es decir, si el cartel se acompañaba de imágenes o solo constaba de texto escrito), y si el soporte era fijo (esto es, formaba parte del establecimiento) o portable (como es el caso del papel o las pizarras).

En ocasiones, estas variantes aparecen combinadas, como en el caso del propósito, que en muchos casos es comercial, pero en otras se enmascara con un fin informativo o incluso solidario. También se tuvo en cuenta la lengua en la que se escribió el cartel (castellano, valenciano, ambas, u otros idiomas) y la modalidad oracional (enunciativa, interrogativa, imperativa…). En definitiva, hemos intentado dar cabida a todas las variables que suelen utilizarse en los estudios sobre paisaje lingüístico (Pinto Pajares, 2023) o que han relacionado este con las formas de tratamiento (Guarín, 2021; Strugo, 2022).

Nuestro principal objetivo en este trabajo se ha centrado en intentar averiguar qué factores, de entre los que a menudo se tienen en cuenta en los análisis sobre paisaje lingüístico anteriormente reseñados, condicionan

el uso de la forma pronominal elegida para dirigirse al ciudadano en la ciudad de Valencia.

Desde este nuevo enfoque, proponemos las siguientes hipótesis de trabajo:

Dado que la autoría del signo (público / privado) y la lengua utilizada son dos variables muy utilizadas en los estudios sobre paisaje lingüístico, habrá que tenerlas también en cuenta para este trabajo. No obstante, por otros estudios ya reseñados (Vallés, 2003; Lado, 2011; Bellés, 2019), sabemos que la lengua autóctona de la zona (valenciano) es menos utilizada que el español en la cartelería, y que los signos públicos no son tan numerosos como los privados, por lo que, pensamos, estas variables pueden resultar poco relevantes en los resultados de la elección de la forma pronominal.

Sí creemos que puede resultar significativo el propósito o la intención con la que se realiza el cartel, ya que la función persuasiva de gran parte de ellos lleva a muchos establecimientos a utilizar el tuteo de «seducción comercial» (Soler-Espiauba, 1994), con el único objetivo psicológico de que los clientes se sientan jóvenes al ser tuteados y sumergirlos en el clima adecuado que los anime a comprar.

Relacionado con el punto anterior, creemos que la forma de elaborar el cartel (artesanal, impreso, digital) influirá en la selección pronominal. Pensemos que un cartel escrito a mano es mucho más personal que uno elaborado digitalmente en una imprenta y su autor puede estar pensando en un tipo de receptor determinado en el que pretende influir. Esto, junto al tipo de establecimiento o negocio (no será lo mismo una inmobiliaria que una tienda de juguetes), decantará al emisor hacia un trato formal (*usted*) o a uno familiar (*tú*).

4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Los resultados muestran que el tuteo es mayoritario en el paisaje lingüístico de la ciudad de Valencia. De los 400 signos seleccionados, un total de 301 (un 75,3 %) utilizan el tuteo para dirigirse a la ciudadanía, mientras que solo en 91 casos (22,7 %) aparece la forma *usted* (Tabla 1). En unas pocas ocasiones, como vemos en la Imagen 3, se duda sobre la

mejor forma de dirigirse al ciudadano, ya que el emisor ha empleado ambas fórmulas en el mismo cartel.

TRATAMIENTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Tú	301	75,3 %
Usted	91	22,7 %
Ambos	8	2,0 %
Total	400	100 %

Tabla 1. Uso de las formas pronominales en la ciudad de Valencia

Imagen 3. Cartel en el que se combinan dos formas pronominales (*tú, usted*)

En líneas generales, vemos que también en el paisaje lingüístico se da esa tendencia al tuteo que se ha observado en estudios que han utilizado otras fuentes de datos (encuestas, corpus, carteles publicitarios, etc.). A falta de las variables de edad y conocimiento del interlocutor, que, como hemos visto, son las que más condicionan los resultados en trabajos de corte variacionista, nos fijamos ahora en otras más vinculadas con los estudios sobre paisaje lingüístico, como puede ser la lengua en la que está escrito el signo, su ubicación, la forma o estructura del cartel, su tipografía y sintaxis, etc. Pero antes de entrar en detalle, hemos reparado en un aspecto en el que apenas se hace hincapié en los estudios sobre tratamiento en español: las formas en singular (*tú, usted*) y sus correspondientes plurales (*vosotros, ustedes*). En nuestro trabajo, las primeras son mucho

más frecuentes, pues se han registrado 333 ocurrencias, mientras que en plural tan solo encontramos 65. Además, como vemos en la Tabla 2, si nos centramos en estas últimas, observamos un predominio de la forma *usted*: 73,8 %, frente a 24,6 % de tuteo (Imagen 4), por lo que estaríamos ante una inversión de la tendencia dominante[8]. Son frecuentes las estructuras del tipo *Retiren los vehículos por limpieza del garaje, Hagan su pedido en barra, Llamen al timbre, Eviten que su perro orine aquí*, etc., y es muy frecuente el sintagma *Disculpen las molestias*. En cambio, en líneas generales, el tuteo en plural (*Concertad cita previa, Respetad el descanso de los vecinos*…) es poco frecuente y, menor aún, la petición de disculpas (Imagen 5).

NÚMERO	TRATAMIENTO		
	Tú	**Usted**	**Ambos**
Singular	85,6 %	12,9 %	1,5 %
Plural	24,6 %	73,8 %	1,5 %

Tabla 2. Porcentaje de *tú* y *usted* en singular y plural

Imagen 4. El tratamiento formal es más frecuente con las formas en plural

[8] Hay que recordar que Valencia se integra dentro del sistema en el que actúa la oposición confianza/formalidad para el plural, ya que, como señala Fontanella de Weinberg (1999, p. 1402), en los restantes se encuentra neutralizada, esto es, para el plural se utiliza siempre *ustedes*.

Imagen 5. El tuteo en plural se da con menos frecuencia, pero no es inexistente

En cuanto a la forma o estructura de la frase con la que el emisor se dirige al ciudadano, en más de la mitad de las ocasiones (250) se utiliza la forma verbal, normalmente con el pronombre enclítico (*Síguenos, Asegúrese, Apúntate, Escribe, Cómpralo, Disfruta, Elige, ¿Quieres…?*). Menos frecuentes son las formas con un determinante de segunda persona (*Tu música, Tu casa, Su vivienda*…), que se utiliza solo en 44 ocasiones. Es muy habitual (93 ocurrencias) que, en el mismo cartel, aparezcan ambas formas (verbo y determinante posesivo), como se ve en la Imagen 6 (*Tu música… Apúntate*). Cualquiera que sea la estructura de la frase elegida para dirigirse al ciudadano, el tuteo, como se muestra en la Tabla 3, es la fórmula mayoritaria.

ESTRUCTURAS	TRATAMIENTO		
	Tú	**Usted**	**Ambos**
Presencia_pronominal	71,4 %	28,6%	0
Verbo	71,2 %	28,4 %	0,4 %
Determinante	84,1 %	13,6 %	2,3 %
Forma preposicional	100 %	0	0
Combinación	80,6 %	12,9 %	6,5 %

Tabla 3. Estructuras que se utilizan para dirigirse a la ciudadanía

Imagen 6. En este cartel se combina la estructura con determinante (*tu música*) y con verbo (*apúntate*)

En algunos carteles, aparece un sintagma preposicional o el pronombre personal sujeto (Imagen 7). Recordemos que la expresión del sujeto pronominal es uno de los fenómenos sintácticos más analizados por la sociolingüística hispánica. Los estudios de corte tradicional suelen defender que la presencia del sujeto es una cuestión de énfasis o de ambigüedad morfológica, pero las investigaciones en este campo vinculan también la aparición del sujeto expreso (en contextos donde se puede dar o no su aparición) a otros factores: existencia de un referente específico, el cambio de turno en la conversación, presencia de verbos asociados a procesos mentales… (Silva-Corvalán, 2004). En líneas generales la expresión del sujeto pronominal es escasa, sobre todo en estructuras de tipo imperativo (órdenes, sugerencias, recomendaciones, preguntas persuasivas, etc.), muy frecuentes en las muestras analizadas.

Imagen 7. Ejemplos de carteles con sintagma preposicional (*cerca de ti*) o con presencia de sujeto pronominal (*Tú pones la idea*)

Aunque tomamos fotografías en todos los distritos de Valencia[9], no era nuestro propósito realizar un estudio pormenorizado sobre las formas de tratamiento en las distintas zonas de la ciudad[10]; tan solo, creímos conveniente que todas ellas quedaran representadas, si bien la distribución es irregular, ya que la mayoría de las imágenes fueron tomadas en cinco distritos (Ciutat Vella, Eixample, Extramurs, Campanar, Plà del Real) por las que el investigador suele pasar más frecuentemente debido a razones familiares y laborales. Así pues, los cinco distritos citados ocuparon más del 50 % de las muestras. En cualquier caso, en casi todos ellos se sigue la tendencia general, esto es, predomina el tuteo como forma de dirigirse a los ciudadanos y ciudadanas.

[9] Quedaron fuera las pedanías, poblaciones administrativamente pertenecientes al municipio de Valencia, pero que conservan su propio carácter como pueblos rurales y agrícolas.

[10] Para estudios más específicos sobre el paisaje lingüístico en distintos barrios de la ciudad, pueden verse los trabajos de Gómez-Pavón y Quilis (2020), sobre la evolución de la población migrante en el barrio de Ruzafa (Eixample), y de Ma (2019), en el barrio de La Roqueta (Extramurs), donde hay muchos comercios regentados por población china.

DISTRITO	TRATAMIENTO		
	Tú	**Usted**	**Ambos**
Ciutat Vella	85,4 %	14,6 %	0
Eixample	84,5 %	13,8 %	1,7 %
Extramurs	77,9 %	20, 9 %	1,2 %
Campanar	72,2 %	25 %	2,8 %
Saïdia	52,9 %	41,2 %	5,9 %
Plà del Real	64,3 %	28,6%	7,1 %
Olivereta	60 %	40 %	0
Patraix	84,2 %	15,8 %	0
Jesús	71,4 %	14,3 %	14,3 %
Quatre Carreres	66,7 %	25 %	8,3 %
Poblats Marítims	33,3 %	66,7 %	0
Camins del Grau	40 %	60 %	0
Algirós	57,1 %	42,9 %	0
Benimaclet	86,7 %	13,3 %	0
Rascanya	83,3 %	16,7 %	0
Benicalap	73,1 %	26,9 %	0

Tabla 4. Formas de tratamiento en los distritos de Valencia

Con relación a los comercios que ofrecen sus servicios al público (Tabla 5), vemos que domina claramente el tuteo en sectores como la educación (academias, talleres de formación, etc.); sanidad (hospitales, centros de salud, farmacias…); tecnología (telefonía, informática, juegos); alimentación (supermercados, hipermercados, colmados, fruterías, carnicerías…); tiendas de regalos; deportes y material fotográfico. La Imagen 8 ofrece ejemplos del sector de la alimentación y la enseñanza. Domina el tuteo, aunque por debajo del 75 %, en el sector de gestión (bancos, gestorías, seguros), en la hostelería (bares y restaurantes), en los comercios de ropa y los que ofrecen reformas para el hogar (baños, cocinas, suelos, ventanas…). El sector en el que más igualadas están las formas de tratamiento es el inmobiliario (ventas y alquileres de pisos). El importante desembolso económico que supone la adquisición de este tipo de bienes tal vez impone un distanciamiento que se traduce en un mayor número de carteles que utilizan el tratamiento formal. Curiosamente, el sector en el que el tuteo es menos frecuente es el de la automoción (talleres de reparaciones, recambios, garajes…), ya que *usted* alcanza un porcentaje de uso cercano al 64 %, mientras que *tú* solo se utiliza un 27 %. En la

Imagen 9 podemos ver el tratamiento de *usted* en un cartel de automoción y otro del sector inmobiliario.

COMERCIOS	TRATAMIENTO		
	Tú	**Usted**	**Ambos**
Bancos / Seguros	70 %	30 %	0
Hostelería	70,6 %	27,5 %	1,9 %
Educación	83,4 %	8,3 %	8,3 %
Inmobiliarias	50 %	45,5 %	4,5 %
Sanidad	79,2 %	16,7 %	4,1 %
Tecnología	91,0 %	9,0 %	0
Estética	91,7 %	8,3 %	0
Alimentación	81,3 %	15,6 %	3,1 %
Ropa y complem.	58,8 %	41,2 %	0
Regalos	85,7 %	14,3 %	0
Deporte	100 %	0	0
Lavandería	50 %	50 %	0
Automoción	27,3 %	63,7 %	9,0 %
Reformas hogar	64,7 %	35,3 %	0
Fotografía	80,0 %	10,0 %	10,0 %
Otros	89,7 %	10,3 %	0

Tabla 5. Formas de tratamiento utilizadas en diversos comercios

Imagen 8. Tratamiento de *tú* en dos establecimientos (alimentación y educación)

Imagen 9. Tratamiento de *usted* en dos comercios (automoción e inmobiliaria)

La titularidad del signo —o la distinción entre un paisaje lingüístico *top-down*, de arriba abajo, y un paisaje lingüístico *bottom-up*, de abajo arriba, según la terminología de Ben-Rafael *et al* (2006)— y las lenguas en las que se escriben son dos variables muy utilizadas en este tipo de estudios. Con respecto a la primera, hemos encontrado muchísimos más carteles de titularidad privada que pública (363 frente a 37). Los primeros corresponden, en su mayor parte, a los comercios anteriormente reseñados, mientras que los segundos se ciñen al Ayuntamiento de Valencia y a la Generalitat Valenciana. En ambos casos, como se muestra en la Tabla 6, domina claramente el tuteo. En la Imagen 10 se muestra un cartel de un comercio privado de restauración y, a su lado, otro bilingüe del Ayuntamiento de Valencia.

TITULARIDAD	TRATAMIENTO		
	Tú	**Usted**	**Ambos**
Privada	73,6 %	24,2 %	2,2 %
Pública	91,9 %	8,1 %	0

Tabla 6. Formas de tratamiento según la titularidad del cartel expuesto

Imagen 10. Tratamiento de *tú* en carteles de titularidad privada (La Petite Brioche) y pública (Ajuntament de València)

Aunque un considerable número de estudios sobre el paisaje lingüístico analizan el uso de diferentes lenguas en una determinada zona, en este trabajo no hemos profundizado en este aspecto[11]. Es cierto que el número de letreros en valenciano es muy inferior al de castellano: 31 frente a 356; tan solo 4 son bilingües y el resto (9) están escritos en inglés y castellano. Prácticamente todos los 31 carteles en valenciano utilizan el tuteo (Imagen 11).

Imagen 11. Tratamiento de *tú* en un cartel escrito en valenciano

[11]Pueden verse los trabajos ya reseñados de Vallès i Sanchis (2003) y los más recientes de Lado (2011), Bellés Calvera (2019) y Martínez Ibarra (2021), entre otros.

El número de letreros en castellano, como se ha dicho, es más abundante y el uso de *usted* alcanza el 24,4 %. (Tabla 7). Los bilingües en castellano y valenciano suelen ser de instituciones públicas, como el que se muestra en la Imagen 12, del Ajuntament de València.

LENGUA UTILIZADA	TRATAMIENTO		
	Tú	**Usted**	**Ambos**
Castellano	73,6 %	24,4 %	2,0 %
Valenciano	96,8 %	3,2 %	0
Castellano y valenciano	75,0 %	25,0 %	0
Castellano e inglés	66,7 %	22,2 %	11,1 %

Tabla 7. Uso de formas de tratamiento según la lengua utilizada en los carteles

Imagen 12. Cartel bilingüe de titularidad pública que utiliza el tuteo

A continuación, analizamos una serie de variables que, a nuestro juicio, son muy ilustrativas para observar el fenómeno que nos ocupa, ya que el uso de una u otra forma pronominal queda condicionada, en ocasiones, por las variantes que entran en juego. En primer lugar, estudiamos el tipo de cartel utilizado por el emisor. Distinguimos entre carteles de tipo artesanal (realizados a mano o con una impresora personal)

y carteles impresos digitalmente con técnica de serigrafía o similar[12]. El número de imágenes que hemos encontrado de unos y otros es similar, pero los resultados difieren considerablemente.

TIPO DE CARTEL	TRATAMIENTO		
	Tú	**Usted**	**Ambos**
Escrito a mano	72,4 %	24,1 %	3,5 %
Impresora personal	53,1 %	43.1 %	3,8 %
Impresión digital	87,6 %	11,6 %	0,8 %

Tabla 8. Forma de tratamiento utilizada según el tipo de cartel

Como se ve en la Tabla 8, el tratamiento formal es muy considerable en los carteles realizados con una impresora personal. Muchos de ellos son avisos a la entrada del establecimiento que se dirigen a personas interesadas en entrar, en algún servicio que ofrece el local (*Llame al timbre, Entren por la otra puerta, Retiren los vehículos, Cierre cuando pase*…) o que piden disculpas, por ejemplo, por una reforma o un cierre temporal (Imagen 13). Por el contrario, los carteles digitales suelen combinar colores, imágenes y tipos de letra, ofrecen una gran variedad de productos y se dirigen a una población más amplia. En la mayoría de los casos, este tipo de carteles utilizan el discurso publicitario, que tiene como fin primordial la persuasión para promover el consumo, por lo que, como señala Serrano (2021), utilizan la segunda persona del singular (*tú*) para cumplir este objetivo (Imagen 14).

[12] La autoría del signo siempre es problemática, ya que no sabemos con certeza si el autor es la persona que lo ha ideado, quien lo ha impreso o quien lo muestra. Tendríamos que recurrir a la teoría de la enunciación, y separar un locutor, que asumiría la responsabilidad del mensaje, de la voz de uno o varios enunciadores. Franco-Rodríguez (2008: 2) propone que el paisaje lingüístico se debe a un «actor», que sería la entidad (empresa, institución o individuo) que compone el texto y que podría estar implicado en todas o en solo una parte de las fases necesarias. A nuestro juicio, en los carteles artesanales este actor estaría implicado en todas las fases, pero solo en algunas en los de tipo industrial.

Imagen 13. Tratamiento de *usted* en carteles escritos con una impresora personal

Imagen 14. Tratamiento de *tú* utilizado en un cartel de impresión digital

La ilustración es otro de los elementos que podemos observar en los carteles, ya que algunos solo ofrecen texto y, en cambio, otros se acompañan de dibujos o fotografías. Hemos encontrado unos y otros en una proporción similar y los resultados arrojan también notables diferencias (Tabla 9). Así, cuando el cartel no presenta ningún signo icónico, el porcentaje de tratamiento formal sube hasta el 32 %. En cambio, cuando el cartel se acompaña de dibujos o fotografías, el tuteo alcanza el 84,7 %. En la Imagen 15 podemos observar un cartel en el que hay solo

texto (con tratamiento formal) y otro que se acompaña del dibujo de una bicicleta en el que se utiliza el tuteo.

ILUSTRACIÓN	TRATAMIENTO		
	Tú	**Usted**	**Ambos**
Sí	84,7 %	13,8 %	1,5 %
No	65,5 %	32,0 %	2,5 %

Tabla 9. Forma de tratamiento utilizada si el cartel presenta o no ilustraciones

Imagen 15. Cartel sin ilustración (que se dirige al cliente de *usted*) y con ilustración (utiliza el tuteo)

Los soportes sobre los que se rotula el mensaje pueden ser fijos, es decir, formar parte del establecimiento, o portables, que suele ser lo más habitual: es un cartel que se muestra en un lugar visible, o una pizarra que se sitúa junto a la puerta o se cuelga en la pared. Estos últimos son más numerosos (253 frente a 147 fijos) y, aunque en ambos domina el tuteo (Tabla 10), vemos más casos de tratamiento formal en los portables (26,1 %).

SOPORTE	TRATAMIENTO		
	Tú	**Usted**	**Ambos**
Fijo	82,3 %	17,0 %	0,7 %
Portable	71,1 %	26,1 %	2,8 %

Tabla 10. Forma de tratamiento utilizada según el soporte sobre el que se rotula el mensaje

En ocasiones el letrero da nombre al establecimiento, como se ve en la Imagen 16 y, en estos casos, es muy frecuente el tuteo. Cuando el cartel

es portable, se duda más, de ahí que pueda aparecer uno u otro tratamiento (Imagen 17).

Imagen 16. Uso de tuteo en nombre de establecimientos

Imagen 17. Carteles pegados en los cristales del establecimiento que utilizan tanto *tú* como *usted*

Hay un hilo conductor entre estas tres variables, ya que los carteles más artesanales (esto es, los realizados a mano o con una impresora personal) contienen, por regla general, menos ilustraciones y suelen ser portables. Observamos en los tres casos un uso abundante del tratamiento formal, más evidente en las dos primeras y, en todo caso, por encima de lo habitual cuando se trata de un cartel que no está fijado permanentemente en la fachada. El tuteo, en cambio, es más frecuente cuando se está pensando en un público amplio; se elabora un cartel estéticamente atractivo (con variedad de ilustraciones, colores o tipos de letra) y permanente.

Otra de las variables importantes guarda relación con el propósito comunicativo del cartel. Más de la mitad de los letreros encontrados (235)

se confeccionan con una finalidad comercial (Imagen 18), esto es, vender u ofrecer un producto al público (*Reserva tu plaza; Cómpralo aquí; Prueba nuestras pizzas; Si quiere alquilar su piso, consúltenos; Tu primera clase gratis*…), aunque esto se puede hacer de diferentes modos: con sugerencias (*Te invito a que pases a conocernos, Pon en forma tu inglés, ¿Le duelen los pies?*), informando sobre actividades y productos (*Pasamos tus películas VHS a DVD y USB; Somos tu espacio coworking*), con peticiones (*Pide tu jugo natural en agua o leche, Compra aquí tus golosinas y helados favoritos*), etc. En todos ellos domina claramente el tuteo (Tabla 11)

PROPÓSITO	TRATAMIENTO		
	Tú	**Usted**	**Ambos**
Comercial	85,8 %	12,5 %	1,7 %
Informativo	56,1 %	41,1 %	2,8 %
Solidario, reivindicativo	93,8 %	6,2 %	0

Tabla 11. Forma de tratamiento utilizada según el propósito comunicativo

Imagen 18. El tuteo es frecuente en carteles con finalidad comercial

También hemos encontrados letreros que solo buscan dar una información (148): *Cerrado por vacaciones. Volveremos a atenderos el 2 de septiembre; Por favor, retiren los vehículos por limpieza del garaje*, etc. En estos casos, el trato formal es bastante elevado, un 41,1 % (Imagen 19). Muchos de estos carteles están escritos con un ordenador personal, por lo que habría que poner en relación ambas variables: en este tipo de

carteles informativos confeccionados de un modo artesanal se está pensando en un usuario más individualizado y, en este contexto, aumenta el trato formal. Por último, los pocos carteles solidarios o reivindicativos encontrados utilizan mayoritariamente el tuteo (Imagen 20).

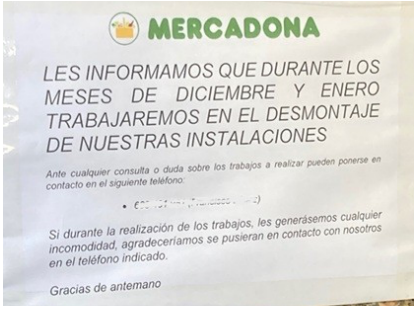

Imagen 19. Cartel informativo que utiliza la forma *usted*

Imagen 20. Utilización del tuteo en un cartel solidario

Finalmente, ofrecemos información sobre la modalidad oracional utilizada en los rótulos. La más abundantes es la imperativa (233 ocurrencias), en forma de mandato, sugerencia o petición (*Cierre bien la puerta; Síguenos en nuestras redes sociales; Apasiónate, emociónate, crea; No deje de pedir nuestra carta de tapas; Ñam ñam, no te*

resistas…)[13]. En la Imagen 21 encontramos ejemplos de esta modalidad, tanto en forma de orden como de sugerencia.

Imagen 21. Utilización de ambas formas de tratamiento con modalidad imperativa

Le sigue la modalidad enunciativa (82 ocurrencias), aunque en la mayoría de los casos con intereses comerciales (*Te asesoramos en la apertura de tu negocio; Tenemos clase de inglés y no podemos atenderte en este momento; Tus fotos en todos los tamaños; Buscamos el camino para estar cada día más cerca de ti; Les informamos que esta comunidad no admite publicidad*…). En la Imagen 22 vemos ejemplos de esta modalidad, tanto con fines puramente informativos como comerciales.

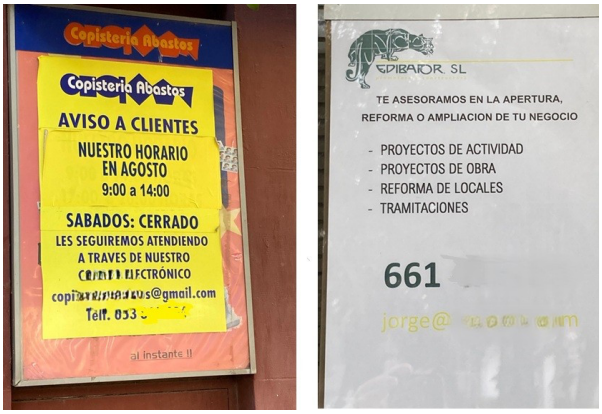

Imagen 22. Utilización de ambas formas de tratamiento con modalidad enunciativa

Hay otros en modalidad interrogativa, utilizada normalmente como estrategia atenuadora, como se ve en la Imagen 23.

[13] Sobre el uso del imperativo en el paisaje lingüístico, puede verse Palau (2025).

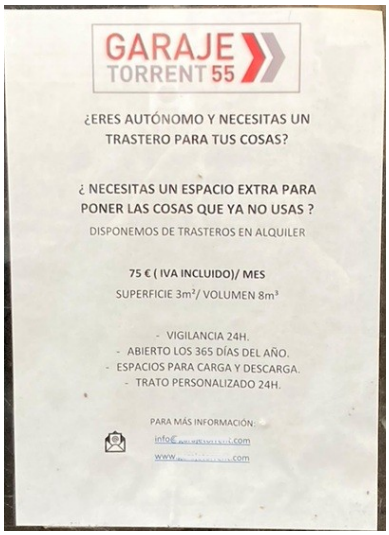

Imagen 23. Utilización de tuteo con modalidad interrogativa

Algunos carteles (44) combinan varias modalidades, normalmente la interrogativa y la apelativa, como vemos en la Imagen 24.

Imagen 24. Utilización de tuteo con modalidad interrogativa e imperativa

En todos los casos (Tabla 12), predomina el tuteo, aunque es menos frecuente en la modalidad imperativa. Como hemos visto, el tratamiento formal suele utilizarse más en aquellos carteles en los que se interpela directamente al ciudadano (*Entre sin llamar, Empuje*…), mientras que si ese mandato se expresa de forma indirecta (*Dale un respiro a tu vida. Te*

invito a practicar yoga en este local) o atenuado en forma de interrogación (¿No te apetece una pizza?), se utiliza más el tuteo.

MODALIDAD	TRATAMIENTO		
	Tú	**Usted**	**Ambas**
Imperativa	74,7 %	23,6 %	1,7 %
Enunciativa	81,7 %	15,9 %	2,4 %
Interrogativa	90,5 %	9,5 %	0
Combinación	86,4 %	9,1 %	4,5 %

Tabla 12. Forma de tratamiento utilizada según la modalidad oracional

CONCLUSIONES

En este artículo, hemos intentado trazar un panorama sobre el uso de las formas de tratamiento en el paisaje lingüístico de Valencia. Después de repasar los distintos enfoques sobre el tema, vemos que también se puede estudiar de qué manera queda reflejado el tratamiento pronominal en el espacio público a través de los mensajes que se exhiben en vallas, comercios, instituciones, calles, portales, etc. Hemos comprobado que el tuteo es la forma habitual que tienen los creadores de dichos signos para dirigirse a la ciudadanía, aunque intentamos precisar esta afirmación estudiando una serie de variables que puedan contribuir a corroborar o matizar el resultado global.

De acuerdo con lo que planteábamos en las hipótesis de trabajo, sí hemos encontrado relación entre las formas de tratamiento y algunas variables que se suelen utilizar en los análisis sobre paisaje lingüístico. En primer lugar, en la forma de tratamiento elegida observamos un nexo de unión entre el tipo de cartel, las ilustraciones que lo acompañan y los soportes en los que se rotula el mensaje. En efecto, en los textos más personales (escritos a mano o con una impresora personal), que no suelen llevar fotografías o ilustraciones y cuya ubicación no es fija, se suele utilizar más el tratamiento formal. Parece que, en estos casos, el emisor está pensando en un receptor más concreto, más individualizado, y opta por este tipo de tratamiento. En cambio, los carteles impresos digitalmente, que recurren habitualmente a diferentes tipografías, diversidad de colores, fotografías, ilustraciones, etc., utilizan más el tuteo. Esta cartelería suele estar más vinculada a establecimientos con más recursos económicos y,

algunos de ellos, son de características similares a los llamados «signos globales» (Pons Rodríguez, 2012), es decir, carteles transportados hasta el enclave donde figuran como parte del emblema de una marca que se comercializa en ese establecimiento (en farmacias, supermercados, agencias de viajes…). Están muy próximos a los carteles publicitarios, que suelen utilizar el llamado tuteo de seducción comercial. En estrecha relación con lo anterior, la finalidad persuasiva que impera en esa clase de signos favorece también la forma coloquial; en cambio, si esta finalidad está más enmascarada o prima la información al usuario de un servicio, el trato formal alcanza un porcentaje mayor.

Con relación a las dos variables que más se utilizan en los análisis de paisaje lingüístico y que mencionábamos en nuestras hipótesis de trabajo, la autoría del signo y la lengua utilizada, han seguido la tendencia general en el uso de las formas pronominales, ya que tanto los carteles privados (más numerosos) como los públicos utilizan mayoritariamente el tuteo. La misma orientación se observa en las lenguas utilizadas, si bien aquí debemos precisar que una mayoría de los signos están escritos en castellano.

Un aspecto que nos ha llamado la atención es la diferencia observada entre las formas en singular y en plural. En realidad, hay pocos estudios (en las zonas donde actúa la oposición confianza / formalidad para el plural) en los que se profundice en esta distinción, tal vez porque se da por supuesto que el comportamiento seguido en las formas en singular (*tú* / *usted*) se van a mantener en el plural (*vosotros* / *ustedes*). Pero en este trabajo hemos observado que, pese a que las formas en plural no son muy numerosas, se suele utilizar el tratamiento formal en una proporción muy considerable.

En definitiva, el tuteo es mayoritario en el paisaje lingüístico de Valencia, pues supone una cercanía y una solidaridad entre la ciudadanía que favorece los intereses comerciales presentes en la mayor parte de estos signos, pero el trato formal todavía sigue visible en el espacio público. En el fondo, existe la consideración de que quien recibe el mensaje (sea este comercial o simplemente informativo) merece un trato respetuoso, lo que lleva en ocasiones al autor del signo a decidirse por la forma *usted*.

BIBLIOGRAFÍA

Aguado Cantanedo, David (1981). Análisis sociolingüístico del uso de *tu/usted* en los estudiantes universitarios de Bilbao. *Letras de Deusto*, 21, 165-184.

Alba de Diego, Vidal y Sánchez Lobato, Jesús (1980). Tratamiento y juventud en la lengua hablada. Aspectos sociolingüísticos. *Boletín de la Real Academia Española,* 60, 95-130.

Backhaus, Peter (2007). *Linguistic Landscapes: A Comparative Study of Urban Multilingualism in Tokyo*. Clevedon, Buffalo. Multilingual Matters.

Barni, Monica y Begna, Carla (2015). The critical turn in LL: New methodologies and new items in LL. Linguistic Landscape: *An International Journal*, 1(1-2), 6-18. https://doi.org/10.1075/ll.1.1-2.01bar

Bellés Calvera, Lucía (2019). The linguistic landscape of the Valencia Community: A comparative analysis of bilingual and multilingual signs in three different areas. *Languages*, 4, 38, 1-19. https://doi.org/10.3390/languages4020038

Ben-Rafael, Eliezer *et al*. (2006). Linguistic landscape as symbolic construction of the public space: The case of Israel. *International Journal of Multilingualism,* 3, 7-30. https://doi.org/10.1080/14790710608668383

Blas Arroyo, José Luis (1995). Un ejercicio de sociolingüística: el caso de los pronombres de tratamiento en el español actual. *Verba*, 22, 229-252.

Blas Arroyo, José Luis (1998). Una variable sociopragmática: la alternancia tú/usted. En J.L. Blas Arroyo, *Las comunidades de habla bilingües* (pp. 167-189), Pórtico.

Blas Arroyo, José Luis (2003). Perspectivas (socio)lingüísticas complementarias en el estudio de la variación y el cambio lingüístico en español. *Estudios de Sociolingüística*, 4 (2), 653-692.

Blas Arroyo, José Luis (2005). *Sociolingüística del español. Desarrollos y perspectivas en el estudio de la lengua española*. Cátedra.

Borrego Nieto, José, Gómez Asencio, José y Pérez Bowie, José Antonio (1978). Sobre el *tú* y el *usted*. *Studia Philologia Salmanticensia,* 3, 53-70.

Brown, Roger y Gilman, Albert (1960). The Pronouns of Power and Solidarity. En Thomas A. Sebeok, *Style in Language* (pp. 253-276). MA: MIT Press.

Brown, Penelope y Levinson, Stephen C. (1987). *Politness. Some universals in language use*. Cambridge University Press.

Bruyèl Olmedo, Antonio y Juan Garau, Maria (2015). Minority languages in the linguistic landscape of tourism. The case of Catalan in Mallorca. *Journal of multilingual and multicultural development,* 36 (6), 598-619. https://doi.org/10.1080/01434632.2014.979832

Calvi, Maria Vittoria (2018). Paisajes lingüísticos hispanos: panorama de estudios y nuevas perspectivas. *Linx*, 17, 5-58.

Castillo Lluch, Mónica y Sáez Rivera, Daniel M (2011). Introducción al paisaje lingüístico de Madrid. *Lengua y Migración*, 3,73-88. http://hdl.handle.net/10017/10822

Cenoz, Jasone y Gorter, Durk (2006). Linguistic Landscape and Minority Languages. *International Journal of Multilingualism*, 3 (1), 67-80. https://doi.org/10.1080/14790710608668386

Chodorowska-Pilch, Marianna (2011). Tratamiento informal y formal en las imágenes publicitarias. En S. Alcoba y D. Poch (Coords.), *Cortesía y publicidad* (pp. 49-59). Ariel.

Comajoan Colomé, Llorenç (2013). El paisaje lingüístico en Cataluña: caracterización y percepciones del paisaje visual y auditivo en una avenida comercial de Barcelona. *Revista Internacional de Lingüística Iberoamericana*, 21, 63-88.

Coulmas, Florian (2009). Linguistic Landscaping and the Seed of Public Sphere. En Elana Shohami y Durk Gorter (Eds.), *Linguistic landscape: Expanding the Scenery* (pp. 13-24). Routledge.

Davis, Kathryn (2014). Engaged language policy and practice. *Language Policy,* 13 (4), 83-100. https://doi.org/10.1080/19313152.2019.1611336

Esteba Ramos, Diana (2014). Aproximación al paisaje lingüístico de Málaga: Préstamos y reflejos de una realidad lingüística plural. *Recherches. Culture et Historie dans l'Espace Roman*, 12, 165-187. https://doi.org/10.4000/cher.7340

Félez Vicente, María (2017). El paisaje lingüístico de Zaragoza a través de los barrios de La Magdalena y El Gancho, *Archivo de Filología Aragonesa*, 73, 203-233. https://zaguan.unizar.es/record/56618

Fernández, Mauro y Gerhalter, Katharina (2017). Pronombres de segunda persona y fórmulas de tratamiento en español: Una nueva bibliografía», *LinRed: lingüística en la red,* 14. http://hdl.handle.net/10017/30278

Fontanella de Weinberg, Beatriz (1999). Sistemas pronominales de tratamiento usados en el mundo hispánico. En Ignacio Bosque y Violeta Demonte (Eds.), *Gramática descriptiva de la lengua española I* (pp. 1399-1425). Espasa.

Fox, Jeremy D. (1969). The prononuns of address in Spanish. En Alexandru Graur (Ed.), *Actes du Xe Congrès International de Linguistes I* (pp. 685-693). Académie de la République Socialiste Roumanie.

Franco-Rodríguez, José M. (2008). El paisaje lingüístico del Condado de Los Ángeles y del Condado de Miami-Dade: propuesta metodológica. *Círculo de Lingüística Aplicada a la Comunicación,* 35, 3-43. https://revistas.ucm.es/index.php/CLAC/article/view/88198

Galloso Camacho, María Victoria *et al.* (Eds.) (2023). *Funciones y aplicación didáctica del paisaje lingüístico andaluz*. Iberoamericana Vervuert.

García Gallarín, Consuelo (2002). Fórmulas de tratamiento en *El Quijote*. En M.ª Teresa Echenique y Juan Sánchez Méndez (Eds.), *Actas del V Congreso Internacional de Historia de la Lengua Española*, vol. I, (pp. 729-736). Gredos.

Gómez-Pavón Durán, Ana y Quilis Merín, Mercedes (2021). El paisaje lingüístico de la migración en el Barrio de Ruzafa en Valencia: una mirada a través del tiempo. *Cultura, Lenguaje y Representación*, 25, 135-154. https://doi.org/10.6035/CLR.2021.25.8

Guarín, Daniel (2021). Los pronombres de tratamiento en el paisaje lingüístico Quindiano (Colombia). *Miradas*, 16 (1), 77-96. https://orcid.org/0000-0002-4875-1415

Kallen, Jeffrey L. (2010). Changing landscapes: language, space and policy in the Dublin linguistic landscape. En Adam Jaworski y Crispin Thurlow (Eds.), *Semiotic Landscapes: Language, Image, Space* (pp. 41-58). Continuum.

Labov, William (1966). *The social stratification of English in New York City*. Center for Applied Linguistics.

Labov, William (1972). *Sociolinguistc Patterns*. University of Pennsylvania Press.

Lado, Beatriz (2011). Linguistic landscape as a reflection of the linguistic and ideological conflict in the Valencian Community. *International Journal of Multilingualism*, 8 (2),135-150. https://doi.org/10.1080/14790718.2010.550296

Landry, Rodrigue y Bourhis, Richard Y. (1997). Linguistic Landscape and Ethno-linguistic Vitality: An Empirical Study, *Journal of Language and Social Psychology*, 16, 23-49.

Lapesa, Rafael (1970). Personas gramaticales y tratamientos en español. *Revista de la Universidad de Madrid*, 19, 141-167.

Leprêtre Alemany, Marc y Romaní Olivé, Joan M. (2000). L'ús de les llengües a la publicitat exterior a Barcelona i a sis altres ciutats l'any 1999. *Llengua i ús: revista tècnica de política lingüística,* 17, 55-59. https://raco.cat/index.php/LlenguaUs/article/view/129181.

Luna Villalón, M.ª Eugenia (2013). El uso del español en el paisaje lingüístico de una pequeña ciudad canadiense. *Estudios de Lingüística Aplicada*, 58, 9-27. https://ela.enallt.unam.mx/index.php/ela/article/view/438/425

Ma, Yujing (2017). *El paisaje lingüístico chino-español en la ciudad de Valencia y su aplicación a la enseñanza de ELE a sinohablanes*. [Tesis Doctoral]. Universitat de València.

Marín, Diego (1972). El uso de 'tú' y 'usted' en el español actual. *Hispania*, 55, 904-908.

Martín Rojo, Luisa y Díaz Frutos, Carmelo (2014). En # Sol, revolución: paisajes lingüísticos para tomar las plazas, *Journal of Spanish Cultural Studies*, 15 (1-2),1-24. https://doi.org/10.1080/14636204.2014.982889

Martínez Ibarra, Francisco (2021). An analysis of how business owners use Valencian and Spanish in the linguistic landscape. En Patricia Gubiosi y Michelle F. Ramos (Eds.), *Linguistic landscape in the Spanish-speaking world* (pp. 293-312). John Benjamin Publishing.

Medina Morales, Francisca (2010). La metodología en los estudios sobre formas y fórmulas de tratamiento en español. En Martin Hummel, Bettina Kluge y M.ª Eugenia Vázquez Laslop (Eds.), *Formas y fórmulas de tratamiento en el mundo hispánico* (pp. 21-56). El Colegio de México /Karl-Franzens Universität Graz.

Mendizábal de la Cruz, Nieves y Sanz Mateos, Inmaculada (2025). El paisaje lingüístico urbano de Valladolid a través de las pintadas callejeras. En Francisco Molina Díaz (Coord.), *Manifestaciones del paisaje lingüístico rural y urbano*, Tirant lo Blanch, pp. 173-204.

Molina Martos, Isabel (1993). Las fórmulas de tratamiento de los jóvenes madrileños. Estudio sociolingüístico. *Lingüística Española Actual*, XV/2, 249-263.

Molina Martos, Isabel (2005). Evolución de las fórmulas de tratamiento en la juventud madrileña a lo largo del siglo XX: un estudio en tiempo real. En Félix Rodríguez González (Coord.), *El lenguaje de los jóvenes* (pp. 97-116). Ariel.

Morant Marco, Ricard y Martín López, Arantxa (2017). *Tatuajes urbanos. Los susurros, murmullos y gritos de la ciudad.* Tirant Humanidades.

Moreno Fernández, Francisco (1986). Sociolingüística de los tratamientos. Estudios sobre una comunidad rural. *Anuario de letras,* 24, 87-120.

Moreno Fernández, Francisco (2009). *Principios de sociolingüística y sociología del lenguaje* (4.ª edición). Ariel.

Moustaoui, Adil (2019). Transforming urban public space: Linguistic Landscape and new linguistic practices in Moroccan Arabic. *Linguistic Landscape*, 5 (1), 80-102. https://doi.org/10.1075/ll.18008.mou

Pablo Núñez, Luis (2025). El paisaje lingüístico de la ciudad de Granada. En Francisco Molina Díaz (Coord.), *Manifestaciones del paisaje lingüístico rural y urbano*, Tirant lo Blanch, pp. 259-288.

Palau, Alexandre (2025), «Cazad imperativos»: una propuesta didáctica de paisaje lingüístico para el aula de ELE. En Mercedes de la Torre (Coord.), *Estudios aplicados sobre paisaje lingüístico*, Tirant humanidades, pp. 265-286.

Piller, Ingrid (2003). Advertising as a site of language contact. *Annual Review of Applied Linguistics*, 23, 170-183. https://doi.org/10.1017/S0267190503000254

Pinto Pajares, Daniel (2023). La proyección del multilingüismo en el paisaje lingüístico de un entorno urbano. *Lengua y Migración* 15:1, 7-29. https://doi.org/10.37536/LYM.15.1.2023.1702

Pons Rodríguez, Lola (2012). *El paisaje lingüístico de Sevilla*. Diputación de Sevilla.

Regueira Fernández, Xose Luís *et al.* (2013). El paisaje lingüístico en Galicia. *Revista Internacional de Lingüística Iberoamericana*, 21, 39-62.

Roselló, Jorge (2013). Las formas de tratamiento. En José Ramón Gómez Molina, *El español de Valencia. Estudio sociolingüístico* (pp. 277-314). Peter Lang.

Roselló, Jorge (2018). Las formas de tratamiento en el corpus PRESEEA-Valencia. Un estudio sociolingüístico. *Círculo de Lingüística Aplicada a la Comunicación* 76, 241-260. https://doi.org/10.5209/CLAC.62507

Ruiz González, Natalia (2016). Sistema de tratamiento en español de Canarias. Estudio sociolingüístico en una comunidad semiurbana. *Normas. Revista de estudios lingüísticos hispánicos*, 6, 53-67. https://doi.org/10.7203/Normas.6.8152

Saint Clair Sloan, Arthur (1922). The pronouns of address in *Don Quijote*. *The Romanic Review,* 13, 65-76.

Sampedro Mella, María (2015). Las formas de tratamiento en un corpus de entrevistas semidirigidas de español de Galicia. *Estudios de Lingüística de la Universidad de Alicante,* 29, 319-344. https://doi.org/10.14198/ELUA2015.29.14

Sampedro Mella, María (2022): «Usted podría dejar la lancha donde le diera la gana»: sobre la alternancia de 'tú' y 'usted' en el español del centro-norte peninsular, *Oralia*, 25 / I, 135-162. https://doi.org/10.25115/oralia.v25i1.8391

Screti, Francesco (2018). Re-writing Galicia: Spelling and the construction of social space. *Journal of Sociolinguistics*, 22 (3/4), 1-29. https://doi.org/10.1111/josl.12306

Serrano, M.ª José (2021). La función de los constructores de espacio mental en el discurso publicitario: el uso de la segunda persona objetivadora 'tú'. *Oralia*, 24(2), 385-411. https://doi.org/10.25115/oralia.v24i2.7141

Shoamy, Elana y Gorter, Durk (Eds.) (2009). *Linguistic Landscape: Expanding the Scenary*. Routledge.

Silva-Corvalán, Carmen (2004). La expresión del sujeto desde una perspectiva variacionista. En Teresa Cabré, Mercè Lorente y Elisabet Solé (Eds.), Lingüística aplicada: cicle de conferències i seminaris 98-00 (pp. 61-76). Institut Universitari de Lingüística Aplicada de la Universitat Pompeu Fabra.

Solé i Camardons, Joan (1998). La llengua de la publicitat exterior a Barcelona. *Llengua i ús*: *Revista tècnica de política lingüística*, 12, 49-53. https://raco.cat/index.php/LlenguaUs/article/view/129541

Soler-Espiauba, Dolores (1994). ¿Tú o usted? ¿Cuándo y por qué? Descodificación al uso de estudiante de español como lengua extranjera. *Actas V ASELE*, *Centro virtual Cervantes*, 199-208. https://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/asele/pdf/05/05_0197.pdf

Spolsky. Bernard (2009). *Language Management*. Cambridge University Press.

Strugo, Tamara (2022). ¿*Vos*, *tú* o *usted*? El tratamiento alocutivo en el paisaje lingüístico de la ciudad de Mendoza. Anales de Lingüística, 9, pp. 39-61. https://revistas.uncu.edu.ar/ojs3/index.php/analeslinguistica/article/view/4922/5245

Urrutia Libarona, Iñigo (1999). El régimen jurídico del paisaje lingüístico en Euskal Herria. *Revista Vasca de Administración Pública. Herri-Arduralaritzako Euskal Aldizkaria*, 54, 357-404.

Vallès i Sanchis, Ismael (2003). Aproximació a la imatge lingüística de la ciutat de València. *Cuadernos de Geografía*, 73/74, 391-400. https://doi.org/10.7203/CGUV..14477