

# El infinitivo enunciativo. Variación textual y sociopragmática

*María José Serrano*<sup>1</sup>  
*Universidad de La Laguna, España*

## Resumen

El infinitivo *enunciativo*, *generalizador* o *introduccionista* es un fenómeno variable de la gramática española utilizado muy frecuentemente en distintos tipos de texto orales y escritos. Como forma no flexionada o defectiva que no proporciona información sobre la persona gramatical (al menos de la del sujeto), el infinitivo empleado de forma independiente puede actuar como un recurso de desobjetivación del discurso. Se estudiará este fenómeno desde una perspectiva variacionista y cognitivo-funcional mediante el análisis de enunciados que contienen esta clase de infinitivo en textos de redes sociales (Facebook y Twitter) y en la plataforma TripAdvisor. Los resultados indican que no hay diferencias significativas en relación con los textos en los que aparece, pero sí en cuanto a los lexemas verbales con los que se formula el infinitivo, especialmente aquellos del área de los *verba dicendi*, y su coaparición con elementos personales en el entorno contextual inmediato. Se concluye que el infinitivo es un elemento desobjetivador que introduce o cierra enunciados de tipo argumentativo con lo cual contribuye al desarrollo de una gama de valores sociopragmáticos.

Palabras clave: desobjetivación; discurso; estilo; infinitivo; sintaxis; variación

<sup>1</sup> Para correspondencia, se puede dirigir a: María José Serrano (mjserran@ull.edu.es), Departamento de Filología Española. Facultad de Humanidades. Campus de Guajara, Apdo 456, La Laguna, Santa Cruz de Tenerife, España. ORCID iD:0000-0001-7968-9434.

THE ENUNCIATIVE INFINITIVE. TEXTUAL AND SOCIOPRAGMATIC  
VARIATION

Abstract

The infinitive called enunciative, generalizing or introductory is a variable phenomenon in the Spanish grammar very frequently used in diverse kinds of oral and written texts. As a defective or non conjugated verbal form which does not provide any information about the grammatical person (at least not about the subject), the independent infinitive may function as a desubjectivizing resource of discourse. This phenomenon will be studied from a variationist and cognitive-functional framework by the analysis of this kind of infinitive in social media texts (Facebook and Twitter) as well as in the TripAdvisor website. Results indicate that there are not significant differences in the use of the infinitive among these texts. However, the infinitive shows a relevant use with *verba dicendi* lexemes as well as its coaparition with personal forms in the immediate context. Thus, it may be concluded that the infinitive is a desubjectivizing device which introduces or closes argumentative utterances contributing to develop a range of sociopragmatic values.

Keywords: desubjetivization; discourse; style; infinitive; syntax; variation

Recibido: 11/01/23

Aceptado: 30/01/24.

1. INTRODUCCIÓN. EL INFINITIVO EN  
LA GRAMÁTICA ESPAÑOLA

El infinitivo forma parte del paradigma de las formas no personales o no flexivas<sup>2</sup> del verbo junto con el gerundio y el participio, también denominadas *no finitas, no conjugadas, derivados verbales y verboides* (NGLE 2009: §26.1a), las cuales tienen como principal característica la ausencia de morfemas de persona, modo y tiempo y su general dependencia sintáctica de otros elementos, de los que toman las coordenadas temporales y aspectuales

<sup>2</sup> Algunos autores prefieren esta denominación porque no es únicamente la flexión de persona la que falta en estas formas, sino todas las desinencias verbales (v. Rodríguez Ramalle 2008: 12).

(Hernanz 1999: 2332-2342). La naturaleza intrínsecamente defectiva de estas formas y su imposibilidad de actuar como núcleo de la oración es lo que conduce a Alarcos a denominarlas *formas nominales del verbo*, si bien apunta a que conservan buena parte de los rasgos verbales (1984: § 200).

Debido al comportamiento sintáctico diferenciado que presenta, el infinitivo se ha clasificado en *nominal* y *verbal* (Pons Rodríguez 2005: 4-5). El primero se comporta como un sintagma nominal, ya que admite artículo y marca del plural: “El *saber* no ocupa lugar”; “Del cerdo me gustan hasta los *andares*”. De hecho, el infinitivo se asocia con el sustantivo por sus coincidencias funcionales con este, entre las cuales está la posibilidad de poder ser determinado mediante el artículo (NGLE 2009: §26.1a., 26.1c.). En cuanto al infinitivo verbal, es aquel que introduce las cláusulas subordinadas y adquiere sus propios complementos sintácticos: “El médico le mandó *tomar* estas pastillas”; “Luis no sabía cómo *hacer* esa receta”. Se considera también infinitivo verbal al que forma parte de las construcciones perifrásticas: “Hay que *saludar* a los conocidos en la calle”.

Por todo esto, los rasgos comunes al sustantivo y al verbo promueven la designación del infinitivo como una forma híbrida (Arjona Iglesias y Luna Traill 1989: 11, Lapesa 2000: 621-657 NGLE 2009: §26.2.a). No obstante, se ha especificado también que esta hibridez implica que se comporte como sustantivo o como verbo, pero no como ambas cosas a la vez, con lo cual es preferible afirmar que esta forma es una categoría intermedia, la cual procede, entre otras cosas, del proceso de nominalización que sufrió en etapas tempranas de la historia del español (Ariza 2001: 80-83). Vista su doble naturaleza verbal y nominal, algunos autores han preferido considerarlo como *verbo atenuado*, en tanto que conceptualiza un evento y carece de las características prototípicas del verbo, aunque presenta rasgos del nombre (Vanderschueren 2013: 38). De hecho, cuando se construye con artículo y complementos verbales exhibe tal naturaleza nominal y verbal.

Desde el punto de vista semántico, el infinitivo indica, entre otros muchos valores, estado de cosas: “Es necesario *mejorar las exportaciones*”. También puede referirse a una acción o evento “Me olvidé de *apagar* la luz”; a una actividad “Vengo a *ayudarte*” (NGLE 2009: §26.4.a.), o bien puede adoptar un valor causal, como en: “Al *vivir* en una ciudad pequeña, todo está cerca” (NGLE 2009: §46.1p.), el cual viene determinado por la subordinada encabezada por *al*.

En general, las gramáticas tienden a describir el infinitivo como una forma dependiente de otras sintáctica y semánticamente, de modo que la información sobre el tiempo, el modo, el número y la persona que el infinitivo no puede expresar se toma de los predicados a los que se subordina (NGLE 2009: § 26.4.e.). Sin embargo, es muy frecuente también que el infinitivo se

presente aparentemente no vinculado a ningún otro elemento, circunstancia que ha dado lugar a la consideración de una clase especial de infinitivo al que se ha denominado *independiente* (NGLE 2009: §26.14.e.) o *absoluto* (Arjona Iglesias 1989: 95, Luna Traill 1989: 15). Este tipo de infinitivo inicia párrafos independientes, pero se relaciona con los precedentes de algún modo, de tal forma que se presupone que la información que no expresa el infinitivo en este estado independiente o absoluto es aportada por otros elementos del contexto, la situación o el acto verbal (NGLE 2009: §26.14.a). Así pues, además de presentar rasgos híbridos entre el sustantivo y el verbo, el infinitivo se caracteriza por su oscilación entre la dependencia formal y semántica de otros elementos sintácticos y la transición hacia una independencia, que en algunos casos es más aparente que real (Hernanz 1999: 2332-3). De hecho, según las propiedades que presente en un contexto concreto, podrá funcionar como elemento nominal o verbal. En cualquier caso, la naturaleza intrínsecamente defectiva de los infinitivos tiene importantes repercusiones en su interpretación y caracterización (Vanderschueren 2013: 15-16), como se verá.

En esta investigación partimos de la hipótesis de que los infinitivos independientes (especialmente los denominados *especiales*) formalizan una estrategia de omisión de los elementos de los que dependen con el fin de cumplir determinados objetivos. Por lo tanto, los casos especiales de este tipo de infinitivo se erigen en potentes recursos comunicativos que se utilizan en determinadas situaciones orales y escritas. Este trabajo se estructura del siguiente modo: en el apartado 2 se exponen las características principales del infinitivo independiente y su clasificación, con vistas a contextualizar las propiedades del infinitivo enunciativo. Los apartados 3 y 4 contienen los objetivos, hipótesis y metodología empleados en esta investigación. Seguidamente, en el apartado 5 se desarrolla el análisis cualitativo y cuantitativo del infinitivo enunciativo, el cual constituye el núcleo principal de esta investigación. El apartado 6 presenta los principales resultados alcanzados.

## 2. EL INFINITIVO INDEPENDIENTE

En esta sección se abordarán los aspectos más relevantes del infinitivo cuando actúa de modo independiente, y su clasificación. Establecemos dos grupos: por una parte, el que comprende los infinitivos independientes de la gramática española (infinitivo en estructuras interrogativas, infinitivo en

aposición, infinitivo histórico, descriptivo o narrativo, infinitivo en enunciados exhortativos y exclamativos e infinitivo temático) y, por otra, el grupo de los usos considerados como especiales (infinitivo imperativo, infinitivo comunicativo, e infinitivo enunciativo, introductor o generalizador, sobre el que se centrará la investigación). Se denominan así, puesto que han adquirido una relevancia comunicativa importante, pese a que, al menos dos de los tres tipos que analizaremos (el infinitivo *enunciativo*, *introductor* o *generalizador* y el infinitivo *comunicativo*), no son aceptados por la norma académica.

La característica más singular y quizás más interesante del infinitivo es su frecuente independencia o relativa autonomía sintáctica. Esta peculiaridad es lo que promueve la creación de variados valores y matices, algunos de los cuales se consideran ya recurrentes en ciertas situaciones comunicativas y entre ciertos tipos de participantes.

La independencia del infinitivo condiciona y al mismo tiempo debilita su verbalidad (Lapesa 2000: 675), tiende a representar la esencia del verbo como fenómeno, sin restricciones personales<sup>3</sup> o temporales (Lenz 1920: §248) y con ello exhibe una modalidad declarativa, interrogativa o deóntica, desprovista de cualquier punto de referencia temporal, que asimila el infinitivo a los nombres y a los sustantivos. En esos casos el infinitivo actúa como los sustantivos abstractos (Rodríguez Espiñeira 2018: 141) y promueve la representación de un evento indeterminado y no relacionado con ningún tiempo o participante específico (Vanderschueren 2013: 16-17). Sin embargo, debido a la ausencia de marcas flexivas, el infinitivo independiente muestra el lexema verbal en su pura esencia, y establece una relación déctica con el discurso para expresar un significado de aplicación general, así como para presentar información conocida o presupuesta (Vanderschueren 2013: 37). Esto da lugar a que el infinitivo pueda conceptualizarse cognitivamente como un proceso o como un estado (Achard 1998: 51, Langacker 1995: 249). De hecho, los infinitivos alternan con los sustantivos y con los nombres deverbales: “Un auto para *revisión*/para *revisar*”, lo cual subraya su semejanza en cuanto a representar significados abstractos (estados de cosas, eventos, acciones, etc.) (NGLE 2009: §26.2.a).

No obstante, la (in)dependencia del infinitivo, como cabía esperar, es una cuestión gradual y, como tantos otros fenómenos gramaticales, sus diversas variantes pueden situarse en un *continuum*. Normalmente, el infinitivo mantiene cierta dependencia con algún elemento precedente, de tal forma

<sup>3</sup> No obstante, el infinitivo puede estar conjugado con objetos de persona o clíticos, como en las oraciones atributivas: “Ayudarte es necesario”.

que, en la mayoría de los casos, es posible reconstruir o parafrasear el contenido. A continuación, se revisan y se ilustran los casos más comunes de infinitivo independiente.

## 2.1. CLASIFICACIÓN

### 2.1.1. *El infinitivo como respuesta en estructuras interrogativas*

En estructuras interrogativas, especialmente en aquellas formuladas con el verbo *hacer* (NGLE 2009: §26.14.b.), el infinitivo se presenta de forma independiente. Se puede considerar que la respuesta a la pregunta en el ejemplo (1) implica la omisión de un contenido del cual depende, que podría ser parafraseado en ‘pues lo que hago es *estudiar*’.

- (1) A: ¿Qué estás haciendo?  
B: Pues *estudiar*

En contextos de respuesta como estos, los infinitivos se clasifican también como *asertivos* o *fragmentarios* (Hernanz 1999: 2333) en cuanto que dependen del contexto precedente. De hecho, como se ha señalado, es posible parafrasear la respuesta (‘lo que estoy haciendo es estudiar’).

### 2.1.2. *El infinitivo en aposición*

El infinitivo *en aposición* (Hernanz 1999: 2334) puede considerarse un uso independiente, si bien mantiene una clara relación sintáctica y semántica con el enunciado anterior y, de nuevo, sería posible reconstruir la frase con la adición de nuevos elementos tales como: “...*que ha sido* eliminar a Portugal”. En este caso el infinitivo introduce una subordinada yuxtapuesta.

- (2) Se ha conseguido lo más difícil: *eliminar* a Portugal y a su terrible Eusebio

### 2.1.3. *El infinitivo histórico, descriptivo o narrativo*

Otra clase de infinitivo independiente es el que se ha dado en llamar *histórico*, el cual posee un componente exclamativo, por “el deseo del hablante de actualizar un hecho que ha dejado en su memoria profunda huella” (Luna Traill 1989: 80-81). El ejemplo (3) ejemplifica este tipo, si bien, por el enunciado en el que aparece, podría enmarcarse entre los denominados *narrativos*.

- (3) Llegábamos del cine y a *preparar* las clases del día siguiente

Cuando está situado al principio de la cláusula, el infinitivo funciona como expresión de los deseos, sentimientos o imaginación del hablante, lo que le ha valido su clasificación como *descriptivo* o *narrativo* (NGLE 2009: 26.14.d.).

- (4) Y venga yo a *proponer* planes y venga ella a *rechazármelos* todos  
 (5) No *saber* nada, no *saber* que la tierra es redonda

En casos como los anteriores, el infinitivo presenta una independencia sintáctica, pero muestra también una clara dependencia con el contexto sintáctico precedente, el cual puede ser inferido o, incluso, reconstruido formalmente, como en los ejemplos (2) y (3).

#### 2.1.4. El infinitivo en enunciados exhortativos y exclamativos

El infinitivo exhibe mayor independencia sintáctica y semántico-pragmática en los enunciados interrogativos (Arjona Iglesias 1989: 99, Rodríguez Ramalle 2008: 18). En estas estructuras el infinitivo muestra principalmente su naturaleza verbal mediante la presentación del lexema verbal de forma absoluta.

- (6) ¿*Hacer* antesala fuera? Con el frío que hace no va a ser posible.

En los exclamativos (7), el infinitivo precedido de preposición actúa como una orden, razón por la cual Luna Traill (1989: 81) lo denomina *imperativo*.

- (7) ¡A *trabajar* ahora mismo!  
 (8) Que me traigan el alimento del cuerpo y tú a *cultivar* el alimento del alma

Puede apreciarse que en los enunciados interrogativos y exclamativos la dependencia de algún elemento sintáctico o semántico se difumina, aunque todavía es posible inferir o recuperar formalmente algún elemento, como se aprecia en los ejemplos (9)-(11).

- (9) ¡(*Poneos*) a *trabajar* ahora mismo!  
 (10) ¿Qué (podemos) *hacer* en un caso así?  
 (11) Que me traigan el alimento del cuerpo y tú (ponte) a *cultivar* el alimento del alma

### 2.1.5. El infinitivo temático

Mucho menor es la dependencia del infinitivo en otros usos como los denominados *temáticos* (Hernanz 1999: 2333), en los que este se sitúa al inicio del enunciado y constituye el tema o tópico sobre el que se predica el contenido de la cláusula que le sigue.

- (12) *Comer*, yo como/Lo que es comer, yo como  
 (13) *Llorar*, cualquiera llora

Asimismo, el infinitivo independiente puede aparecer con las preposiciones *sin* (13) o *ni* (14) (NGLE 2009: §24.14f).

- (14) Y yo *sin enterarme*  
 (15) Ni *hablar*

Por último, debido a la posibilidad de ocultar el sujeto o agente de la acción, el infinitivo independiente puede constituir una estrategia de mitigación en algunos tipos de discurso, como los jurídicos (Villalba Ibáñez 2018: 244).

- (16) con la venia↓ señoría↓ para *interesarse* que se dicte una sentencia condenatoria contra el acusado como autor penalmente responsable”

Además de los usos independientes del infinitivo que se han descrito en este apartado, existen otros considerados como *especiales*. A excepción del infinitivo enunciativo, los usos especiales tienen la característica de que no es posible la reconstrucción o reformulación de los elementos de los cuales podrían depender.

## 2.2. USOS ESPECIALES DEL INFINITIVO INDEPENDIENTE

### 2.2.1. El infinitivo imperativo

El primero de los infinitivos independientes especiales es el usado como imperativo (Hernanz 1999: 2339) y que sustituye a la forma correspondiente de este paradigma (17).

- (17) \*¡Niños, *hacerme* caso! > ¡Niños, *hacedme* caso!

Como es sabido, se trata de un uso no normativo o incorrecto, proscrito por la norma. La gramática académica especifica que se debe evitar su uso en



los llamados “registros formales” y en la lengua escrita \*“(Venir a echarme una mano) > Venid/vengan a echarme una mano” y, del mismo modo, se recomienda evitar el infinitivo en fórmulas de sentido exhortativo negativo “No contestar por correo electrónico” (NGLE 2009§ 42.3q). Esta clase de infinitivo se enmarca en la categoría de infinitivos *modalizados*, en tanto que configuran un estado de cosas no declarativo, sino exclamativo, interrogativo e imperativo (Hernanz 1999: 2332-2342).

### 2.2.2. El infinitivo comunicativo

De gran relevancia por el creciente aumento de su uso es el infinitivo independiente en situaciones o contextos relacionados con el uso de las nuevas tecnologías. No es infrecuente, por tanto, leer enunciados introducidos por un infinitivo *levantarse*, como (18), al cual se concatenan otros: *leer, ir*, etc.

- (18) *Levantarse* con el desayuno preparado, *leer* un buen libro, *ir* en bici al pueblo... ¡Hay días que deberían ser eternos! (CIE-Inf20-4).

La función comunicativa, entendida como cauce para la representación de estados emocionales o experiencialistas del propio hablante, es la que predomina en este uso de infinitivo y de ahí surge esta denominación (Serrano 2023). De hecho, la tendencia es que estos pertenezcan al área de los verbos de movimiento y direccionales o de desplazamiento (*entrar, salir, despertar, llegar, caminar*), aunque también se obtiene una cantidad de representativa de verbos de percepción sensorial y física (*ver, leer, sentir*) así como algunos de pensamiento y cognición (*creer, pensar*). El uso del infinitivo no subordinado a ninguna otra categoría sintáctica precedente constituye un recurso de ocultación o desfocalización del agente de la acción, de forma que el valor del lexema verbal queda pragmáticamente realzado. Otra de sus características definitorias es su tendencia a aparecer coordinados mediante la conjunción *y*, lo cual promueve que las experiencias personales se presenten como una sucesión de eventos coordinados: *levantarse, leer, ir...* (Serrano 2023).

La naturaleza de los enunciados en los que se utiliza este infinitivo (fundamentalmente tuits y publicaciones en redes sociales) introducen la expresión de una situación o experiencia personal, la cual se presenta de forma desubjetivada. En suma, el infinitivo comunicativo constituye un recurso para interactuar con otros usuarios de la red, si bien no se descarta que pueda aparecer en otros ámbitos comunicativos.

### 2.2.3. *El infinitivo enunciativo, introductor o generalizador*

El tercer tipo especial de infinitivo independiente es el infinitivo que se usa frecuentemente con los *verba dicendi* (*decir, indicar, señalar, comentar, informar, etc.*) en los contextos en los que se introduce información dirigida a alguien (NGLE 2009: §26.14.e) o cuando dichos verbos adoptan una acepción declarativa (Hernanz 1999: 2341). Además de esta especialización del lexema verbal, se denomina también *enunciativo* o de *aseveración* (Ridruejo 1992: 146), porque hace referencia al acto comunicativo que se realiza en la situación de enunciación del *yo, aquí y ahora* (Quintero 2013: 286).

La posición prototípica del infinitivo enunciativo es el principio del enunciado o cláusula (19) o el final de un texto (21). Es muy usual que aparezca precedido de otros elementos como saludos (*hola*), adverbios y frases adverbiales (*solo, por último, finalmente*), que pueden venir al principio o en el encabezamiento de enunciados finales, como se aprecia en los ejemplos (20) y (21).

(19) *Informarles* que hoy estamos de guardia por lo que permaneceremos abiertos<sup>4</sup> (CIE-Inf20-55).

(20) *Hola, solo comentar* que en estas rutas se llevarán a cabo las normas sanitarias en la medida de lo posible, en cuanto al uso de mascarillas en zonas comunes como aparcamientos y en lo posible el distanciamiento entre personas (CIE-Inf20-306).

(21) *Por último recordarte* que las evaluaciones deberían estar terminadas antes del 30 de junio (CIE-Inf20-2).

El uso del denominado infinitivo *enunciativo, introductor o generalizador* no es nuevo (v. Serrano 2006: 89). Uno de los primeros autores en advertir su empleo y su expansión entre “locutores de radio y televisión y presentadores de actos públicos”<sup>5</sup> fue Seco (1988: 258), quien lo denominó *infinitivo introductor*. Por su parte, Gómez Torrego (1991) prefiere encuadrarlo entre los recursos generalizadores del español al etiquetarlo como *infinitivo generalizador*, al tiempo que realiza similares consideraciones a las de Seco; su uso es especialmente frecuente entre presentadores de radio y

<sup>4</sup> Los ejemplos se presentan tal y como fueron recogidos en los textos.

<sup>5</sup> Añade que, sin embargo, este uso es “raramente” usado entre periodistas, algo que claramente ha cambiado con el transcurso del tiempo.

televisión. En su lugar, y como era de esperar, ambos autores recomiendan el uso del imperativo *Informarles>informemos* o el de una construcción perifrástica *Hemos de/queremos informarles*. Romero Gualda (1996: 34) incide en esta idea al recordar que “existe una regla gramatical que exige que el infinitivo vaya siempre acompañado de otro verbo cuando funciona como tal”. En estas estructuras, el infinitivo muestra una acción o contenido en abstracto o genérica, pero ello no lo exime de la obligatoriedad, según la norma, de estar a su vez subordinado a otro elemento verbal. Así, siguiendo a Romero Gualda, “es una muestra de pereza verbal reducir las posibilidades que ofrece el español común: “conviene destacar”, “debemos comentar”, creyendo que con este empleo se hace más comunicativo y periodístico el mensaje” (1996: 35). Como indican Álvarez de Miranda (2012) y Quintero Ramírez (2018: 199), entre otros muchos autores, lo correcto desde el punto de vista normativo es reformular las oraciones de tal manera que el verbo comunicativo sea regido por un verbo finito. Así pues, sobra señalar que la formulación apropiada, normativa o correcta de los ejemplos anteriores (19)-(21) es la que incluye un verbo en forma flexionada que lo subordine, como, por ejemplo: “*Queremos informarles..., Por último tengo que decir ... “Hola, solo quería comentar...”*”.

Efectivamente, existe un rechazo generalizado hacia este uso del infinitivo. No son pocas ni poco contundentes las valoraciones negativas sobre el mismo, que se considera una consecuencia de la pereza expresiva, de una mal entendida economía lingüística o simplemente la consecuencia de una falta de destreza comunicativa que da como resultado una ausencia de elegancia oral y escrita. Una de las valoraciones más significativas hacia este uso del infinitivo es la que aporta Lázaro Carreter (1997: 397); lo define como *monstruoso* y su condena va en clara consonancia con tal definición: “Es vagancia, en suma, desdén hacia el lector o el oyente, a quienes el informador arroja en bruto sus apuntes, sin haberse tomado la molestia de elaborarlos, de vestirlos con un mínimo decoro formal”.

Sin embargo, a pesar de que este empleo independiente del infinitivo justifica sobradamente estas valoraciones, es necesaria una aproximación explicativa al mismo. Su naturaleza claramente no normativa, paralela a su frecuentísimo uso hace cuestionarse el motivo por el cual los hablantes emplean el infinitivo enunciativo “siempre que desean ocultar al yo y no optan por introducir el infinitivo con un verbo conjugado” (Villalba Ibáñez 2012: 124). Como bien señala Álvarez de Miranda (2012) “Las razones que había entonces y sigue habiendo ahora para rechazar este tipo de construcciones deben rebasar el nivel de un elemental purismo misonéista”, a lo que añade: “Un extraño afán literalmente des-personalizador alienta tras de esos infinitivos sin anclaje gramatical alguno”.

Efectivamente, esta segunda apreciación es un excelente punto de partida para la explicación del infinitivo en estas construcciones; el hecho de que el infinitivo aparezca de forma independiente, sin subordinarse a ninguna otra estructura precedente o posterior, evita la aparición de una forma conjugada, la cual conllevaría la correspondiente inscripción de la persona en el enunciado, en el texto y en la comunicación en general. La ausencia de persona gramatical de sujeto en el infinitivo enunciativo, por lo tanto, promueve la adopción de un punto de vista desubjetivador, lo cual lo hace especialmente apto para el cumplimiento de determinados objetivos comunicativos en ciertas situaciones y entre distintos tipos de participantes. Por lo demás, la asociación de este tipo de infinitivo al discurso de los profesionales de los medios de comunicación está claramente motivada, si bien en la actualidad no puede considerarse como exclusivo de estos participantes, lo cual podría evidenciar que posee una rentabilidad comunicativa importante.

### 3. OBJETIVOS E HIPÓTESIS

Esta investigación se centrará en el análisis del infinitivo independiente denominado *enunciativo*, *generalizador* o *introductor* como un fenómeno variable de la gramática española para cuyo uso se propondrá una explicación lingüística en el marco del enfoque cognitivo-funcional. Partimos de la hipótesis de que, como forma no flexionada o defectiva que no proporciona información sobre la persona gramatical (al menos de la del sujeto), el infinitivo empleado de forma absoluta e independiente puede actuar como un recurso de desubjetivación. La desubjetivación es un fenómeno discursivo-cognitivo que parte de las propiedades inherentes de la gramática como es la mayor o menor prominencia cognitiva que pueden tener los referentes de las personas gramaticales (sujetos y objetos de persona) y también las estructuras tradicionalmente llamadas impersonales. Los referentes de las formas personales (sujeto y objeto personales) poseen un grado de

prominencia cognitiva<sup>6</sup> que hace su identificación más o menos accesible. De acuerdo con esto, las tradicionalmente consideradas estructuras impersonales en español tales como la perífrasis *haber que* + infinitivo, conjugada en diversas formas verbales de tercera persona: “*Hay/habría/habrà que poner la lavadora*”, las construcciones con *se* impersonal: “*Se vive bien en Madrid*”, el uso de la tercera persona del plural con sujeto omitido no recuperable o con referencia no fórica: “*Dicen que va a llover*” y el pronombre *uno*: “*Uno no sabe qué hacer en casos de accidente*” (entre otras) pueden considerarse como construcciones desubjetivadoras. En estas, el nivel de prominencia cognitiva de sus referentes es mínimo o inexistente, de modo que no permiten la recuperación de un referente personal. Por ello, la desubjetivación es un recurso de difuminación u ocultación del sujeto o agente de la acción (Aijón Oliva 2020a, 2020b; Serrano 2020, 2022). En este caso, puesto que no es posible recuperar formalmente el referente de un sujeto y este es inexistente, tal sujeto o agente no es prominente o accesible, más bien, la inferencia de un sujeto o agente en el infinitivo independiente es un efecto pragmático deducible o inferible del contexto. Por lo tanto, la desubjetivación, que parte de la prominencia cognitiva gradual de los referentes de las personas gramaticales, promueve un significado que desdibuja o elimina a la persona del discurso o de la escena comunicativa.

Los objetivos de este trabajo son los siguientes:

- a) Analizar el infinitivo independiente, más concretamente, el infinitivo *enunciativo*, *introdutor* o *generalizador* como un recurso comunicativo de desubjetivación en distintos tipos de texto
- b) Determinar el nivel de desubjetivación que conlleva el infinitivo *enunciativo*, *introdutor* o *generalizador* según el lexema verbal, la presencia de elementos de persona y de adverbios y frases adverbiales, y de elementos introductorios

Los usos de infinitivo independiente descritos en el apartado 2.1. no constan en los repertorios habituales de estructuras impersonales, sin embargo, las variantes consideradas como *especiales* (el infinitivo *enunciativo* o *generalizador* y el infinitivo *comunicativo*) pueden considerarse como variantes de desubjetivación. El empleo de las formas de infinitivo sin

<sup>6</sup> 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: 46-50, Langacker 2009: 112, Serrano 2013), lo cual se relaciona también con la condición de *accesibilidad*. Será prominente si no es necesaria su mención explícita en un momento determinado del discurso, ya que su referente es recuperable o accesible a través de otros recursos discursivo-pragmáticos.

subordinación en esos contextos especiales es, en última instancia, un recurso para evitar la presencia de un referente de persona, lo cual conlleva cambios importantes en el significado discursivo-pragmático del enunciado.

#### 4. METODOLOGÍA Y CORPUS

Se utilizarán los textos del *Corpus Interaccional del Español* (328,885 palabras), el cual permanece inédito y comprende textos orales y escritos de español europeo contemporáneo de diversa naturaleza. Las secciones que contiene son las siguientes: 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 páginas web de internet y de redes sociales (Facebook y Twitter (ahora red denominada como X) (41,425 palabras). Recientemente se han incorporado textos de la plataforma TripAdvisor. Esta última sección del corpus es la que sea utilizado en esta investigación. Denominamos *textos* a las dos redes sociales y a la web TripAdvisor ya que constan como tales esta sección del corpus. Se engloban en una categoría superior denominada *ámbito comunicativo*, que fue subclasificada como *tipo de texto* o *tipo de red social*. Los textos de estas fuentes se redefinen más concretamente en publicaciones de Twitter, publicaciones de Facebook y textos de TripAdvisor.

El uso del infinitivo que se estudia en esta investigación está presente tanto en textos orales como escritos de cualquier tipo, a excepción de los publicitarios, en los que no se ha encontrado ningún ejemplo en este corpus. Esta investigación se centra en los textos escritos de la sección de internet, los cuales, por su variada naturaleza y por los distintos usuarios que en ellas participan, ofrece una representatividad concreta del infinitivo objeto de estudio. De esta sección del corpus hemos extraído 446 ejemplos.

El análisis se realizará desde una perspectiva cualitativa y cuantitativa. La cuantificación se realizará 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.

Los factores que se analizarán como covariantes del infinitivo se enumeran a continuación:

a) El tipo de texto en el que aparece: Facebook, Twitter, TripAdvisor. Se trata de soportes escritos en los que interactúan numerosos usuarios y en los que se pueden encontrar textos de variada tipología. Aunque las redes sociales no son tipos de texto en sí mismas, se utilizó esta nomenclatura para la codificación de los ejemplos. La plataforma TripAdvisor está especializada en proporcionar información turística (viajes, alojamiento, restaurantes, etc.), por lo tanto, los textos de los que consta son puramente informativos, aunque contiene una sección de opiniones de los usuarios y de respuestas a los mismos, de la que hemos extraído los ejemplos de esta investigación.

b) El lexema verbal del infinitivo. Cuando actúa de forma independiente, el infinitivo exhibe su significado de forma absoluta o genérica, por lo tanto, es importante analizar las frecuencias del tipo de verbo.

c) La presencia o ausencia de marcas personales de objeto: ausencia; presencia: preposición *a* + frase nominal o pronombre; clíticos *la, le, les, los, os, te*. Este factor considera la posibilidad de que, en ausencia categórica de la función de sujeto, el infinitivo pueda aparecer formulado con morfemas de concordancia objetiva o clíticos, o con la preposición *a* seguida de un sintagma nominal de objeto de persona. Estos objetos dotan al enunciado de una marca de persona la cual, por otra parte, podría ser una evidencia de que existe cierta necesidad de mostrar algún participante en el enunciado.

d) Elementos introductorios o precedentes. Se ha observado que el infinitivo enunciativo tiende a venir acompañado de adverbios, frases adverbiales y otros elementos que funcionan como conectores u ordenadores del discurso y que podrían matizar su significado. Al mismo tiempo, estas unidades podrían revelar una cierta dependencia del infinitivo con ellos. Algunos de estos elementos son: *asimismo, buenos días, buenas tardes/noches, en primer lugar, nuevamente, también, para empezar, por último, solo, simplemente, hola amigos*, etc.

## 5. ANÁLISIS VARIACIONISTA Y COGNITIVO-FUNCIONAL DEL INFINITIVO ENUNCIATIVO

A continuación, presentamos un análisis del infinitivo enunciativo que combina las facetas cualitativa y cuantitativa, de tal forma que los datos que muestran las tablas serán complementados por su interpretación cualitativa. En primer lugar, se analizará la distribución del infinitivo enunciativo según el tipo de texto. En segundo lugar, se estudiarán los distintos lexemas verbales con los que se construye el infinitivo enunciativo. En tercer lugar, se examinará la posibilidad de que el infinitivo enunciativo venga acompañado de marcas de persona. En cuarto y último lugar, el análisis se centrará en los adverbios, frases adverbiales y otros elementos que coaparecen con el infinitivo enunciativo.

### 5.1. EL INFINITIVO ENUNCIATIVO SEGÚN EL FACTOR TIPO DE TEXTO

El infinitivo enunciativo no presenta una distribución diferenciada según el tipo de texto (publicación de Facebook, publicación de Twitter o texto de TripAdvisor). El porcentaje de ejemplos en la red social Twitter es un poco más elevado que el de Facebook y algo más que el de TripAdvisor (Tabla 1). Por lo tanto, no se trata de un uso prototípico de un entorno comunicativo concreto, al menos de los estudiados en la presente investigación<sup>7</sup>.

	Casos	Porcentajes
Facebook	154	34,5%
Twitter	162	36,3%
TripAdvisor	130	29,2%
Total	446	

Tabla 1. Porcentajes de distribución del infinitivo enunciativo según el factor *tipo de texto*

<sup>7</sup> Quintero (2013: 284) también concluye que el medio no resulta un factor determinante en el empleo del infinitivo enunciativo. Sin embargo, coincide también con esta investigación cuando señala que este uso no suele presentarse en las interacciones espontáneas y cotidianas, sino más bien “a nivel de las comunicaciones grupales y masivas, tales como conferencias magistrales, seminarios universitarios, entrevistas, programas de radio y televisión, reuniones académicas, discursos de inauguración o clausura, mensajes electrónicos grupales, foros y blogs”.



## 5.2. LOS LEXEMAS VERBALES

Por lo que respecta a los lexemas verbales, se puede comprobar que, pese a la variedad de ellos encontrada en los textos analizados, solo ocho de ellos se pueden considerar realmente frecuentes (Tabla 2). Es necesario subrayar, no obstante que, aunque existen excepciones (como *animar*, *aplaudir* o *avisar*, entre otros), casi todos los lexemas verbales que tienden a aparecer con el infinitivo enunciativo son aquellos que sirven a la finalidad de expresar o comunicar algo. Por lo tanto, estos lexemas pertenecen al grupo de verbos denominados de *lengua*, *habla* o *comunicación*, también denominados *verba dicendi*, lo cual coincide con los resultados de otras investigaciones, que establecían esta clase de verbo como la que con mayor frecuencia se construye este tipo de infinitivo (Quintero 2013: 283, Ridruejo 1992).

Verbo	Facebook		Twitter		TripAdvisor		Total
	Casos	%	Casos	%	Casos	%	
Abrir	1	100%	0	0%	0	0%	1
Agradecer	24	22,2%	36	33,3%	48	44,5%	108
Animar	1	50%	1	50%	0	0%	2
Anunciar	1	100%	0	0%	0	0%	1
Añadir	2	100%	0	0%	0	0%	2
Aplaudir	0	0%	1	100%	0	0%	1
Avisar	2	100%	0	0%	0	0%	2
Comentar	30	36,6%	25	30,5%	27	32,9%	82
Comunicar	0	0%	1	100%	0	0%	1
Dar las gracias	8	80%	2	20%	0	0%	10
Decir	20	26,6%	16	21,4%	39	52%	75
Destacar	0	0%	0	0%	5	100%	5
Disfrutar	1	100%	0	0%	0	0%	1
Felicitar	4	11,8%	24	70,5%	6	17,7%	34
Hacer	1	100%	0	0%	0	0%	1
Indicar	2	100%	0	0%	0	0%	2
Informar	12	46,1%	13	50%	1	3,9%	26
Invitar	1	100%	0	0%	0	0%	1
Leer	1	100%	0	0%	0	0%	1
Llegar	1	100%	0	0%	0	0%	1

Mencionar	0	0%	0	0%	1	100%	1
Nombrar	0	0%	0	0%	1	100%	1
Pasar	0	0%	1	100%	0	0%	1
Pedir	0	0%	0	0%	1	100%	1
Pedir disculpas	1	100%	0	0%	0	0%	1
Plantear	1	100%	0	0%	0	0%	1
Recordar	29	42,7%	39	57,4%	0	0%	68
Saludar	10	90,9%	1	9,1%	0	0%	11
Señalar	1	50%	1	50%	0	0%	2
Solicitar	0	0%	1	100%	0	0%	1
Volver	0	0%	0	0%	1	100%	1
<b>Total</b>	<b>154</b>		<b>162</b>		<b>130</b>		<b>446</b>

Tabla 2. Distribución de los casos de infinitivo enunciativo según el lexema verbal y el tipo de texto

Entre estos lexemas verbales destacan en cuanto a número de casos los siguientes: *agradecer*, *comentar*, *dar las gracias*, *decir*, *felicitar*, *informar*, *recordar* y *saludar*. Se ha considerado que, por su naturaleza inherentemente comunicativa, la formulación de estos lexemas verbales en infinitivo hace innecesaria la necesaria flexión de persona y de tiempo, de forma que “al momento de utilizar el infinitivo enunciativo, en muchas ocasiones ejecuta la acción denotada por dicho infinitivo” (Quintero 2013: 286). El contenido del infinitivo, además, revelaría su inscripción en el *hic et nunc* de la enunciación (Hernanz 1999: 2341) y, desde el punto de vista de la teoría de los actos de habla, podría considerarse un uso performativo, ya que la propia formulación del infinitivo implicaría su acción o ejecución (Austin 1962:12). En la misma línea, Maldonado (1999: 3559) establece que los verbos clasificados como *verba dicendi* introducen “el discurso reproducido e indican que un acto lingüístico ha sido realizado”.

Estas explicaciones apuntan a que el infinitivo formulado con este tipo de lexemas ya posee suficiente carga comunicativa por sí mismo, lo cual iría en contra de la idea de que el infinitivo independiente debilita su verbalidad, como argumenta Lapesa (v. *supra*). Sin embargo, ello por sí solo no explica ni justifica la ausencia de la marca de persona, especialmente la del sujeto pronominal.

Los pesos estadísticos de cada uno de estos lexemas en cada tipo de texto se presentan en la siguiente tabla (Tabla 3). El verbo *agradecer* presenta una frecuencia considerable en TripAdvisor, lo cual es explicable

por la naturaleza de los textos de opinión, en los que, además de describir los servicios que han obtenido los usuarios (y las respuestas que dan los establecimientos), abundan los enunciados en forma de felicitaciones y agradecimientos. Muestra de ello es el siguiente ejemplo (22), en el que se encuentran cuatro casos del verbo *agradecer* y uno de *felicitarse*.

(22) En primer lugar *agradecer* a Erick y Miguel por su cordialidad a nuestra llegada como salida del hotel en el lobby, en segundo lugar *agradecer* a nuestros mayordomos Erick y Alejandra (Villa 64) que estuvieron siempre atentos en toda nuestra estadia, en tercer lugar *agradecer* al equipo de animación Denisse, Diana, Laura, Manuel y Benjamin que siempre estuvieron para darnos alegrías y momentos inolvidables en éstas vacaciones, en cuarto lugar *agradecer* por todas sus atenciones y calidad de servicio en todo momento tanto en el bar como en los restaurantes: Aldair (Gaia), El rey Arturo (El Gaucho), George de la selva (Helios), en Capricho a Mercedes, Christell, Mireya, Onan, Josue, Jenner y Wendy, Jorge (Tentazione), Jose y el popular Chicharo que él deberá contar la anécdota (La Bohème y El Gaucho), Jose y su jarrito mezcal (Bar lobby TRS) y finalmente a Francisco, Antonio y Alfredo por su excelente servicio, amabilidad en todo momento en cada traslado dentro del hotel y como olvidar a Susano que tuvo nuestra habitación impecable y muy ordenada siempre, además *felicitarse* a todos Uds. por el excelente servicio que brindan, por estar al pendiente en cada instante, variada gastronomía e inmejorable show Chic Cabaret y Spa (CIE-Inf20-285).

Verbo	Facebook		Twitter		TripAdvisor		Total
	Casos y %	Pesos	Casos y %	Pesos	Casos y %	Pesos	
Agradecer	24 (22,2%)	0.222	36 (33,3%)	0.334	48 (44,5%)	0.444	108
Comentar	30 (36,6%)	0.366	25 (30,4%)	0.305	27 (32,9%)	0.329	82
Decir	20 (26,6%)	0.267	16 (21,3%)	0.213	39 (52%)	0.520	75
Recordar	29 (42,7%)	0.426	39 (57,3%)	0.574	0 (0%)	0.000	68
Felicitarse	4 (11,8%)	0.118	24 (70,5%)	0.706	6 (17,7%)	0.176	34
Informar	12 (46,1%)	0.462	13 (50%)	0.500	1 (3,9%)	0.038	26
Saludar	10 (90,9%)	0.909	1 (9,1%)	0.091	0 (0%)	0.000	11
Dar las gracias	8 (80%)	0.800	2 (20%)	0.200	0 (0%)	0.000	10
<b>Total</b>	<b>137</b>		<b>156</b>		<b>121</b>		<b>414</b>

Tabla 3. Porcentajes y pesos de los lexemas verbales según el tipo de texto

Aunque en ninguno de los tipos de texto analizados las frecuencias alcanzan la probabilidad de 0.500, se observa que las del lexema *comentar* se reparten de forma más o menos equilibrada entre todos ellos. En los textos de TripAdvisor se suele utilizar como una forma de iniciar la descripción de alguna experiencia. En el siguiente ejemplo (23), el infinitivo se presenta como parte de la perífrasis desubjetivadora *haber que (hay que comentar)* en una de las cláusulas, pero el mismo infinitivo aparece posteriormente sin elemento subordinador e introducido por una frase adverbial (*por último comentar*).

- (23) El desayuno es muy parecido al de todos los hoteles Senator de ciudad, destacando el zumo natural y el café de cápsulas. El buffet muy completo con gran variedad de productos. *Hay que comentar* que la piscina es compartida con la comunidad de vecinos del bloque contiguo. Nosotros estuvimos una mañana aunque no es un hotel para elegir por su piscina. Por último *comentar* que nosotros somos clientes muy asiduos de la cadena Senator y hemos encontrado en este hotel una buena opción para viajar a Madrid. El de Gran Vía resulta un poco más caro y el de Barajas está un poco alejado. Queremos felicitar a todos los trabajadores de este hotel por su gran trabajo. ENHORABUENA (CIE-Inf20-400).

Dada su vaguedad de significado y su consecuente amplitud comunicativa, es también relativamente frecuente en las redes sociales. Este lexema suele utilizarse como introducción para manifestar una idea o comunicar algo a alguien, el cual queda referenciado como segunda persona del singular mediante el clítico *te*, como se observa en el ejemplo (24), texto extraído de la red social Facebook. Resulta interesante que el participante utilice el infinitivo y que en la cláusula siguiente se utilice el verbo *crear* conjugado en primera persona del singular. De este modo, mediante el infinitivo se crea un valor pragmático de disminución de la asertividad del contenido.

- (24) Gracias por el curso y por el esfuerzo, *comentarte* que los enlaces a los pdf creo que no están bien, sólo se descarga el tema 1, a ver que tal se me da esto de python gracias nuevamente y un saludo! (CIE-Inf20-59).

De especial importancia es el lexema *decir*, pues, al igual que *comentar*, su versatilidad le concede una rentabilidad comunicativa muy alta. Dicha versatilidad lo hace muy apropiado para opinar o transmitir experiencias sin la especificidad o concreción significativa de otros lexemas como *agradecer* o *felicitar*. Ello explica que las probabilidades de aparición sean más elevadas en TripAdvisor, pues constituye un recurso comunicativo apto

para manifestar cualquier tipo de opinión o crítica, ya sea positiva, como en (25), o negativa, como en el ejemplo (26). Del mismo modo que en (24), excepto la frase inicial formulada en infinitivo, el resto del texto contiene enunciados formulados en primera persona del singular y del plural. Esto constituye un primer indicio de que la parte del texto que se desubjetiva es solo la cláusula que contiene el infinitivo, la cual se utiliza para introducir o resumir la opinión, agradecimiento o felicitación y que los infinitivos actúan como recursos para organizar el discurso junto con los adverbios *primero*, *en primer lugar*, etc.

(25) Primero *decir* que según llegué la fachada me enamoró y el interior es todavía más espectacular, la temática del restaurante me encantó, el servicio muy bueno y muy atentos sobre todo la chica de la entrada que no recuerdo el nombre pero que me solucionó la papeleta puesto que me equivoqué de día en la reserva y al día siguiente nos volviamos para Las Palmas y fue súper amable al buscarnos un hueco, la comida una maravilla todo lo que pedimos y la sangría una pasada, volveremos seguro 100%recomendado (CIE-Inf20-250).

(26) En primer lugar *decir* que son habitaciones normales para un hotel de 4 estrellas, no muy grandes y con el baño pequeño. En cuanto a limpieza y mantenimiento *decir* que andan bien flojos.... mantas con manchas digamos “sospechosas”, fundas de almohada con agujeros.... (CIE-Inf20-403).

Por el contrario, los infinitivos *recordar* e *informar* tienden a aparecer en textos de redes sociales y *felicitar* está prácticamente restringido a la red social Twitter. Resulta obvio que los primeros no son lexemas que se adapten a los objetivos comunicativos de TripAdvisor, fundamentalmente porque no es usual que en la sección de opiniones los usuarios escriban recordatorios o proporcionen información, mientras que los tres verbos (además de *saludar* y *dar las gracias*) pueden utilizarse sin problemas en textos sin una finalidad comunicativa específica, como lo son los de las redes sociales. El ejemplo (27) es una publicación de la red Facebook y el ejemplo (28) es un tuit.

(27) Empezamos para los reyes de hogar 🥰

Solo *recordarles* que se estamos tomando todas las medidas necesarias para proteger nuestra salud y la de ustedes ❤️ (CIE-Inf20-178).

(28) Aborrecemos dar noticias tan tristes, pero lamentablemente *informaros* que ayer sábado día 7 nos dejó nuestra compañera Roxana. Hoy día 8, varios compañer@s nos acercaremos a despedirla con

nuestros taxis en el cementerio de Carabanchel a las 18:00h. D.E.P. COMPAÑERA (CIE-Inf20-311).

Además, por su extensión limitada, los tuits son textos propicios para formular contenido que incluya tal tipo de lexema verbal, pues la información, los recordatorios o las felicitaciones se pueden realizar de forma relativamente breve, tal y como se aprecia en los ejemplos (29) y (30)<sup>8</sup>.

(29) Esta de moda la psicología, series (hannibal), libros (Rolón) y por ultimo *recordarles* que somos el país con mas psicólogos per capita (CIE-Inf20-221).

(30) Intervención del presidente, “el lavado de manos salva vidas”, importancia de las medidas preventivas y *felicitar* a todos los enfermeros y enfermeras y personal sanitario, por el buen hacer (CIE-Inf20-17).

El análisis del infinitivo según el tipo de texto ha podido atisbar una cierta especialización de cada lexema según la plataforma en la que se utilice. Como rasgo común, el infinitivo, al estar formulado de forma independiente, muestra su esencia semántica de forma absoluta y objetiva, denota el propio proceso o estado sin que este se vincule con el participante que lo escribe. Sin embargo, en los textos analizados, el infinitivo coaparece casi de forma categórica con estructuras conjugadas en distintas personas, por lo que todo parece indicar que el infinitivo enunciativo actúa como un recurso de desobjetivación que se utiliza para introducir o resumir la opinión, la experiencia, el agradecimiento, o la felicitación y, que, paralelamente da lugar a distintos valores pragmáticos: disminución de la asertividad o fuerza pragmática, cortesía, credibilidad, solemnidad, etc.

### 5.3. LA PRESENCIA DE MARCAS DE PERSONA

La ausencia del sujeto pronominal en el infinitivo enunciativo no implica la de otras marcas de persona; de hecho, los lexemas verbales más frecuentes con los que aparece el infinitivo que nos ocupa son transitivos, de modo que lo esperable es que presenten algún objeto de persona, ya sea mediante la preposición *a* seguida de un sintagma nominal, ya sea mediante algún

<sup>8</sup> Según Miller (2009) Twitter es una red social en las que los usuarios tienen un perfil adulto, más serio que el de otras redes y más interesado en las noticias.

clítico o morfema de concordancia objetiva<sup>9</sup>. Ello implica que, en realidad, el infinitivo no es tan sintáctica ni semánticamente autónomo o independiente como pueda parecer. La siguiente tabla presenta los datos de los objetos por cada lexema verbal.

Verbo	Facebook		Twitter		TripAdvisor		Total
	Casos	%	Casos	%	Casos	%	
Agradecer Ø	1	5%	16	80%	3	15%	20
Agradecer (a)	9	14,3%	16	25,4%	38	60,3%	63
Agradecer (te)	1	100%	0	0%	0	0%	1
Agradecer (le)	0	0%	1	20%	4	80%	5
Agradecer (os)	2	100%	0	0%	0	0%	2
Agradecer (les)	11	64,8%	3	17,6%	3	17,6%	17
<b>Total</b>	<b>24</b>		<b>36</b>		<b>48</b>		<b>108</b>
Comentar Ø	2	8,3%	0	0%	22	91,7%	24
Comentar (a)	2	25%	5	62,5%	1	12,5%	8
Comentar (te)	3	100%	0	0%	0	0%	3
Comentar (le)	0		1	25%	3	75%	4
Comentar (les)	19	52,8%	17	47,2%	0	0%	36
Comentar (os)	4	57,2%	2	28,6%	1	14,2%	7
<b>Total</b>	<b>30</b>		<b>25</b>		<b>27</b>		<b>82</b>
Decir Ø	2	4,6%	5	11,3%	37	84,1%	44
Decir (a)	2	100%	0	0%	0	0%	2
Decir (te)	1	100%	0	0%	0	0%	1
Decir (os)	0	0%	0	0%	1	100%	1
Decir (les)	15	55,5%	11	40,8%	1	3,7%	27
<b>Total</b>	<b>20</b>		<b>16</b>		<b>39</b>		<b>75</b>
Recordar Ø	1	100%	0	0%	0	0%	1
Recordar (te)	1	7,1%	13	92,9%	0	0%	14
Recordar (les)	9	25,7%	26	74,3%	0	0%	35
Recordar (os)	18	100%	0	0%	0	0%	18
<b>Total</b>	<b>29</b>		<b>39</b>		<b>0</b>		<b>68</b>
Felicitar (a)	2	6,9%	22	75,8%	5	17,3%	29
Felicitar (te)	0	0%	1	100%	0	0%	1
Felicitar (la)	0	0%	0	0%	1	100%	1
Felicitar (les)	2	75%	1	25%	0		3

<sup>9</sup> De los ejemplos analizados solo se obtuvo un caso con el morfema o clítico *los* con el lexema *invitar*.

<b>Total</b>	<b>4</b>		<b>24</b>		<b>6</b>		<b>34</b>
Informar (a)	5	55,6%	4	44,4%	0	0%	9
Informar (le)	0	0%	0	0%	1	100%	1
Informar (les)	5	45,5%	6	54,5%	0	0%	11
Informar (os)	2	40%	3	60%	0	0%	5
<b>Total</b>	<b>12</b>		<b>13</b>		<b>1</b>		<b>26</b>
Saludar (a)	4	100%	0	0%	0	0%	4
Saludar (les)	6	85,7%	1	14,3%	0	0%	7
<b>Total</b>	<b>10</b>		<b>1</b>				<b>11</b>
Dar las gracias (a)	1	33,3%	2	66,7%	0	0%	3
Dar (te) las gracias	2	100%					2
Dar (les) las gracias	5	100%	0	0%	0	0%	5
<b>Total</b>	<b>8</b>		<b>2</b>		<b>0</b>		<b>10</b>
<b>Total</b>	<b>137</b>		<b>156</b>		<b>121</b>		<b>414</b>

Tabla 4. Porcentajes de los lexemas verbales según el tipo de objeto o morfema de concordancia

Solo los lexemas *agradecer*, *comentar*, *decir* y *recordar* (este último con un caso) se conjugan sin objetos de persona, mientras que el resto se formula con alguna de sus variantes. De forma general, el más frecuente, es *decir*, y ello porque su significado lo hace más propicio para introducir opiniones o ideas generales sobre algo, sin necesidad de indexar a ningún participante. Esto explica también la alta frecuencia de *comentar*. *Comentar* y *decir* sin marcas de persona obtienen el mayor porcentaje en TripAdvisor. Puesto que la mayoría de los enunciados de esta plataforma tiene un significado argumentativo, es comprensible que estos verbos se utilicen como enlaces a la formulación del contenido, que en cualquier caso se formula de modo personal, como se aprecia en el siguiente ejemplo (31), en el que el usuario introduce su crítica mediante el lexema *comentar*, pero continúa con frases cuyo núcleo verbal se conjuga en primera persona del singular (*hago*, *creo*). Además, la ausencia de marcas de persona y la consecuente desobjetivación de la cláusula hacen posible una mitigación de la crítica que se realiza a continuación.

- (31) *Comentar* que es la primera vez que *hago* un comentario sobre algún hotel restaurante etc en Internet, pero *creo* que en este caso era necesario (CIE-Inf20-247)

El infinitivo puede situarse también entre varios verbos conjugados de forma personal. En (32), el lexema *comentar* introduce un contraargumento a la frase de agradecimiento inicial, formulada con un verbo conjugado en primera persona del plural y la respuesta a la crítica realizada por un usuario.



Este contraargumento, al venir formulado en infinitivo, resta asertividad o fuerza pragmática al contenido.

(32) Agradecemos su opinión, *comentar* únicamente que como bien dice, es un menú de 7 platos de la página de groupon, con un precio de 49 euros para 2 personas con bebida incluida y postre incluidos. Que de todos los platos que probó, solo le gustara el caldo de cocido, es algo que realmente nos sorprende y no podemos entender aunque sobre gustos..... (CIE-Inf20-242).

De la misma forma, el infinitivo *decir* sin objeto de persona puede aparecer al final del enunciado, como una forma de concluir y de resumir la opinión que, al mismo tiempo, dota al enunciado de un significado que puede interpretarse como cortés.

(33) Fuí a comer de casualidad y me quedé sorprendido.  
El salón espectacular, pequeño, pero acogedor. Disfrutas de la comida y desconectas del todo.  
El servicio de 10.  
Atentos y muy majos. Un lugar para repetir.  
Decir que comí de menu por 13€. Fabuloso !!! (CIE-Inf20-252).

En todos estos casos, la ausencia de marca de objeto junto al infinitivo se justifica porque los textos de TripAdvisor, en general, no están dirigidos a interlocutores concretos o singulares, antes bien, se trata de opiniones dirigidas a un conjunto de ellos, aunque en algunos casos se produce la mención a personas singulares (como en el ejemplo (32) que es la respuesta a un usuario específico).

Es también reseñable la tendencia de *agradecer* a aparecer sin marca de persona en Twitter. En el ejemplo (34) se formula el agradecimiento de forma general, a lo que le sigue otro infinitivo *dar las gracias* que coaparece con un objeto de persona. Como en tantos otros ejemplos, al infinitivo le precede una frase cuyos verbos están conjugados.

(34) Hoy, después de varios días ingresado, he recibido el alta médica. *Agradecer* el trato recibido por todo el personal sanitario del #HUC y *dar las gracias a todas las personas* que se han preocupado por mi estado. Gracias (CIE-Inf20-4).

Lo más relevante es que, en TripAdvisor, el uso del infinitivo enunciativo promueve que tanto las opiniones o críticas negativas o positivas presentadas mediante el infinitivo sin marcas de objeto se presenten de forma objetiva, lo cual indudablemente podría aportar mayor credibilidad a las mismas, con

lo cual podrían ser de utilidad a otros lectores. El infinitivo “agradecer”, formulado sin un destinatario o destinatarios concretos, puede entenderse como un contenido más veraz.

De este modo, el significado de desubjetivación de los infinitivos enunciativos, especialmente aquellos que se formulan con los lexemas *agradecer*, *decir* y *comentar*, permite que surjan ciertos valores sociopragmáticos, tal y como se aprecia en los ejemplos (31)-(34).

La distribución de los lexemas según los objetos de persona indica que todos ellos (a excepción de *recordar*) vienen acompañados del objeto personal precedido de la preposición *a*, aunque las frecuencias de cada uno son diferentes. Los más comunes son *agradecer* y *felicitar*, el primero utilizado sobre todo en TripAdvisor y el segundo en Twitter. En estos casos, mediante el infinitivo con la preposición *a* se incrementa la presencia de la persona, de modo que la introducción de la opinión o argumento va dirigida a alguna persona o grupo de ellas en concreto. La preposición *a* es el índice funcional común a los objetos centrales o concordables, esto es, aquellos que pueden reproducirse junto al núcleo verbal por medio de un clítico correferencial que funciona como morfema de concordancia objetiva (Aijón Oliva 2015: 11). Aunque la marcación del objeto es variable y depende de numerosos y distintos factores, la preposición *a* introduce habitualmente objetos animados y/o humanos. Hay que señalar, además, que la presencia del clítico o morfema de concordancia junto al objeto de persona expreso, como en el ejemplo “*a mi me gusta el chocolate*” aporta informatividad al referente de esa cláusula (en este caso la primera persona del singular) la cual implica un incremento de la subjetividad (Aijón Oliva 2019: 60-62, Aijón Oliva y Serrano 2013: 118-119, 145). Por esta razón, los infinitivos sin marca de persona o con objetos marcados con la preposición *a sin la presencia del morfema de concordancia*, como “*agradecer*” o “*agradecer a los empleados*” desubjetivan la cláusula o, dicho de otro modo, la convierten en más objetiva que si se hubiera formulado como “*les agradezco a los empleados*”. No obstante, como se verá, la desubjetivación que proporciona el infinitivo es gradual.

Por su significado, no es extraño que el lexema *agradecer* venga acompañado de un destinatario personal del agradecimiento, como se observa en el ejemplo (35), extraído de los textos de TripAdvisor, donde este infinitivo alterna sin objeto de persona y con él, a los cuales se añade el lexema *destacar*, también formulado con objeto de persona.

- (35) Estuve dos noches hospedado en el Meliá Hanoi, que decir de esta gran cadena de hoteles, desde luego optar por ellos es una garantía. Hotel situado muy cerca del centro a 10/15m andando,

piscina exterior que bien vale la pena darse un baño después de visitar la ciudad, desayuno acordé a la categoría del hotel (10), habitación (planta 19) muy correcta con grandes vistas. *Agradecer* la atención y detalle en nuestro aniversario de bodas.

*Agradecer a todos los empleados* su amabilidad y profesionalidad *y destacar a la Srta Gabriela y Sr Enric*, su profesionalidad y su disposición para solventar cualquier duda (CIE-Inf20-277)

Se puede señalar, por lo tanto, que en este tipo de texto (TripAdvisor) predominan los infinitivos *agradecer*, *decir* y *comentar*, el primero de ellos con o sin marca de persona y, el segundo y el tercero, sin ella.

No obstante, en estos textos, el infinitivo se encuentra inmerso en un enunciado en el que predominan las formas de persona expresas, circunstancia que lo erige en un recurso desubjetivador introductorio o resumidor que dota de mayor solemnidad y objetividad al enunciado en los textos de TripAdvisor, cuya finalidad comunicativa concreta es la de proporcionar información útil a otros usuarios mediante la transmisión de sus experiencias, ya sea en forma de crítica, ya sea en forma de felicitación o agradecimiento.

La presencia de objeto de persona precedido de la preposición *a* con el infinitivo *felicitar* (*comentar*, *informar*, *saludar* y *dar las gracias* no pueden considerarse muy representativos debido a la escasez de casos obtenidos) tiende a utilizarse en la red social Twitter. Una vez más, y gracias a su posición en el enunciado, el infinitivo enunciativo actúa a modo de resumen del argumento u opinión y constituye la conclusión del tuit.

(36) Un orgullo poner la flor de julaga del Sur de Tenerife en un “Pacto de las Flores” a favor de los derechos sociales, la igualdad y la diversidad en nuestra tierra. *Felicitar a lxs compañerxs* q hoy ha asumido la responsabilidad de las distintas Direcciones Generales (CIE-Inf20-18).

Por lo que respecta a los morfemas de concordancia que acompañan al infinitivo, se puede destacar el uso de *les* en los lexemas *agradecer*, *comentar*, *decir* y *recordar*, los cuales obtienen una mayor frecuencia de uso en los textos de redes sociales. Este morfema se refiere tanto a la segunda como a la tercera persona del plural (ejemplos (37) y (38) respectivamente).

(37) *Agradecerles* a todos por tener un ratito para felicitar me ya sea por whatsapp, facebook o llamándome. He de decirles que me han sorprendido los originales que han sido muchas de las felicitaciones este año jajajajaja (CIE-Inf20-92).

(38) Animar al @CBCClarinos, técnicos y jugadoras y *agradecerles* el esfuerzo realizado para mantener el baloncesto tinerfeño en la elite española (CIE-Inf20-148).

En estos ejemplos se advierte que coaparecen la formulación del morfema de concordancia y la del objeto (*agradecerles a todos; técnicos y jugadoras y agradecerles*), con lo cual la cláusula adquiere más subjetividad que si se hubiera formulado sin marcas de persona, por las razones señaladas anteriormente.

No obstante, no en todos los ejemplos extraídos se presenta el clítico con su correspondiente objeto, ya que el referente de segunda persona se da por consabido, como en los ejemplos (39)-(41), en los que el clítico alude a una audiencia concreta y/o conocida. En el primero, además, resulta interesante que este se omite con el infinitivo *recordar*.

(39) *Comentarles* y *recordar* que hoy 20 hs continuamos con el ciclo de charlas y consultas vía YouTube temas :1) analisis de la operatoria en GP 2) Posición de stop , entradas y demás técnicas operativas 3) temas aportados por uds . (CIE-Inf20-358).

(40) Buenas días *#informarles* que esta habilitado el \*sistema de *#inscripción* y pago de *#verano* para la fecha 20 y 21 de enero (CIE-Inf20-152).

(41) Por último *recordarles* que también tienen disponible el nuevo canal de MOTELES en Santiago <http://doo.ly/w20fd> (CIE-Inf20-198).

En otros casos, el referente con el cual concuerda el clítico o morfema se infiere pragmáticamente del contexto, ya que se trata del referente más cercano en el discurso. Así se aprecia en el siguiente ejemplo, en el que el sintagma “para los más veganos” podría considerarse claramente el referente de *les*.

(42) *Para los más veganos decirles* que a mí también me gusta lo verde, tortilla de espárragos silvestres recién cogidos en el campo, una cena totalmente deliciosa que empleamos 4 huevos, un manojo de espárragos silvestres y un poco de sal, hervimos primero los espárragos, batimos los huevos y la fabricación de la tortilla lista. Delicatessen. Un abrazo compañeros (CIE-Inf20-386).

En cualquier caso, el uso del morfema o clítico *les* con estos verbos en infinitivo constituye una marca que personaliza el infinitivo, que consecuentemente lo convierte en menos desubjetivador que cuando aparece sin objetos de persona o con la marca personal de la preposición *a*. Por lo

que respecta al resto de los morfemas utilizados, se puede mencionar el uso de *os* con el verbo *recordar*, lo cual es coherente con el tipo de texto analizado, pues tanto en las redes sociales como en la plataforma TripAdvisor el interlocutor suele ser plural.

Estos indicios de persona son una muestra de que el infinitivo independiente o sin subordinación no deja de ser un uso anómalo (al menos desde el punto de vista formal), toda vez que de un modo u otro exhibe cierta necesidad de insertarse en un contexto donde su significado pueda conciliarse con el uso del paradigma personal. Como ya habían señalado algunos autores (véase apartado 2), la (in)dependencia del infinitivo es una cuestión gradual y, de hecho, su mayor o menor tendencia a comportarse de forma personal puede situarse en un *continuum*, el cual, por otro lado, sirve para explicar su significado sociopragmático. Podemos así considerar que, por las razones explicadas anteriormente, los infinitivos sin marcas de persona o con marcas de objeto precedidas de la preposición *a* tienden a ser más desubjetivadores que aquellos infinitivos con morfemas de concordancia y con objetos personales.

Paralelamente, cada infinitivo construye un significado más o menos desubjetivador. Esta gradualidad se representa en la siguiente figura (Figura 1).

Inf+∅	Inf+a+OP	Inf+morf+OP
+desubjetivador		-desubjetivador

Figura 1. *Continuum* de desubjetivación de las variantes del infinitivo

Estos valores discursivo-cognitivos promueven un significado que se distribuye de forma distinta entre los tipos de texto estudiados; los de TripAdvisor tienden menos a la desubjetivación que los procedentes de las redes sociales.

#### 5.4. LA PRESENCIA DE ADVERBIOS, FRASES ADVERBIALES Y OTROS ELEMENTOS

Una característica recurrente de todos los ejemplos es que el infinitivo tiene una posición más o menos regular en todos ellos, pues suele aparecer al principio o a final del enunciado, o a continuación de un signo de puntuación. Además, se acompaña de adverbios, frases adverbiales y otros elementos como saludos (*buenos días, buenas tardes, hola amigos*, etc.) que funcionan

como conectores u organizadores del discurso, los cuales contribuyen a cumplir la función de introducción o cierre del enunciado. La siguiente tabla muestra la distribución de la ausencia o presencia de los adverbios y frases adverbiales. En general, predomina la ausencia de estos elementos, aunque varía según el lexema verbal (Tabla 5).

	Facebook		Twitter		TripAdvisor		
	Adv.	No adv.	Adv.	No adv.	Adv.	No adv.	
Agradecer	5 (4,6%)	19 (17,6%)	9 (7,4%)	27 (25%)	9 (8,3%)	39 (36,1%)	108
Comentar	20 (24,4%)	10 (12,2%)	12 (14,6%)	13 (15,9%)	11 (13,4%)	16 (19,5%)	82
Decir	6 (8%)	14 (18,7%)	11 (14,6%)	5 (6,6%)	23 (30,7%)	16 (21,4%)	75
Recordar	26 (38,3%)	3 (4,4%)	39 (57,3%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	68
Felicitar	0	4 (11,8%)	4 (11,8%)	20 (58,8%)	2 (5,9%)	4 (11,7%)	34
Informar	3 (11,5%)	9 (34,6%)	4 (15,4%)	9 (34,6%)	0 (0%)	1 (3,9%)	26
Saludar	5 (45,4%)	5 (45,4%)	1 (9,1%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	11
Dar las gracias	3 (30%)	5 (50%)	2 (20%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	10
<b>Total</b>	<b>69</b>	<b>69</b>	<b>81</b>	<b>74</b>	<b>45</b>	<b>76</b>	<b>414</b>

Tabla 5. Presencia o ausencia de adverbios y frases adverbiales que coaparecen con los infinitivos según el tipo de texto

Hay infinitivos que, por su propio significado, como *agradecer* o *felicitar*, tienden a funcionar como inicio, enlace o conclusión del contenido y por ello parece preferible que se utilicen sin adverbios o frases adverbiales. En el ejemplo (43), el infinitivo introduce la conclusión de forma que puede verse como un marcador de cierre, ya que además está precedido de un punto. Ambos lexemas obtienen mayor frecuencia en los textos de TripAdvisor.

(43) Belén ha sido la organizadora y anfitriona perfecta, y su atención en todo momento durante la celebración nos hizo estar seguros al 100% del servicio. Incluso teniendo en cuenta que llevábamos a una persona con muchas alergias se hizo todo lo necesario para el cambio de cualquier detalle que pudiera ponerla en riesgo. *Agradecer* al hotel, al restaurante y sobre todo a Belén su trato exquisito (CIE-Inf20-399).

Por la misma razón, y aunque no se obtienen demasiados casos, *informar* y *saludar* tienden a no coaparecer con adverbios o frases adverbiales. Además, a excepción de *saludar*, estos infinitivos muestran tendencia a venir formulados con objetos de persona (véase Tabla 4), lo cual podría tener cierta incidencia en su menor frecuencia de coaparición con elementos adverbiales. Esto puede ser debido a que la transitividad de estos lexemas se proyecta fundamentalmente sobre objetos personales.

Sin embargo, como se aprecia en la Tabla 6, entre los infinitivos que tienden a aparecer con adverbios y frases adverbiales destacan *comentar* y *recordar*, sobre todo en los textos de redes sociales, los cuales exhiben cierta tendencia a venir acompañados de objetos de persona, especialmente del clítico *les*. El infinitivo *decir* en coparición con elementos adverbiales alcanza un mayor porcentaje de coaparición en TripAdvisor.

Los infinitivos que coaparecen con adverbios y frases adverbiales conforman un 37,7% de todos los infinitivos, pues el conjunto de ellos alcanza la cifra de 156. La distribución de los casos de cada uno de estos elementos según el tipo de texto (Tabla 6).

Verbo	Facebook	Twitter	TripAdvisor	Total
	Casos	Casos	Casos	
Agradecer ∅	19	27	39	85
Buenas noches agradecer	1	2	1	4
En primer, segundo, tercero/ cuarto lugar agradecer	1	3	4	8
Lo primero agradecer	2	2	1	5
Por otra parte agradecer	0	0	1	1
Por otro lado Agradecer	0	0	1	1
Simplemente agradecer	1	2	1	4
<b>Total</b>	<b>24</b>	<b>36</b>	<b>48</b>	<b>108</b>
Comentar ∅	10	13	16	39
A grandes rasgos comentar	1	0	0	1
Antes de cerrar comentar	0	1	0	1
Buenas tardes comentar	1	0	1	2
Bueno comentar	1	0	0	1
Desde aquí comentar	1	0	0	1
Después comentar	1	0	0	1
En primer lugar comentar	0	0	2	2
Hola mi gente comentar	1	0	0	1
Lo primero comentar	0	0	1	1
No sin antes comentar	1	0	0	1
Para comentar	1	0	0	1
Para empezar comentar	0	0	3	3
Pero sí comentar	0	0	1	1

Por último comentar	1	0	3	4
Simplemente comentar	0	1	0	1
Solo comentar	8	8	0	16
También comentar	3	2	0	5
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>25</b>	<b>27</b>	<b>82</b>
Decir ∅	14	5	16	35
Antes de nada decir	0	0	1	1
En primer lugar decir	0	0	3	3
Hola decir	0	0	1	1
Lo primero decir	0	0	1	1
Muy fácil decir	0	1		
Por lo demás decir	0	0	2	2
Primero decir	0	0	2	2
Segundo decir	1	0	0	1
Simplemente decir	0	0	2	2
Solo agradecer	2	3	0	6
Solo decir	2	7	10	19
También decir	0	0	1	1
Ya decir	1	0	0	1
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>16</b>	<b>39</b>	<b>75</b>
Recordar ∅	3	0	0	3
Buenos días recordar	1	0	0	1
Nuevamente recordar	1	0	0	1
Por último recordar	17	33	0	50
Solo recordar	7	6	0	13
<b>Total</b>	<b>29</b>	<b>39</b>	<b>0</b>	<b>68</b>
Felicitar ∅	4	20	4	28
Además felicitar	0	1	0	1
De nuevo felicitar	0	1	1	2
Primero felicitar	0	1	0	1
También felicitar	0	0	1	1
Una vez más felicitar	0	1	0	1
<b>Total</b>	<b>4</b>	<b>24</b>	<b>6</b>	<b>34</b>
Informar ∅	9	9	1	19



Buenas noches informar	0	1	0	1
Buenas tardes informar	1	0	0	1
Bueno, informar	0	1	0	1
Buenos días, informar	1	0	0	1
Hola amigos informar	1	0	0	1
Lamentablemente informar	0	1	0	1
Por favor informar	0	1	0	1
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>13</b>	<b>1</b>	<b>26</b>
Saludar ∅	5	0	0	5
Buenas tardes saludar	2	1	0	3
Hoy saludar	1	0	0	1
Nuevamente saludar	1	0	0	1
Un gusto saludar	1	0	0	1
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>11</b>
Dar las gracias ∅	5	0	0	5
Desde aquí, dar las gracias	3	2		5
<b>Total</b>	<b>8</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>10</b>
<b>Total</b>	<b>156</b>			

Tabla 6. Número de casos de adverbios y frases adverbiales que coaparecen con los infinitivos según el tipo de texto

El infinitivo *comentar* aparece con variados adverbios y frases adverbiales, uno de los más frecuentes es *solo*. El resto son secuencias de inicio y de conclusión que acompañan a este infinitivo. Aunque no se trata de un uso muy frecuente, el ejemplo que sigue procede de TripAdvisor y en él se puede apreciar que el adverbio *solo* actúa de enlace con el infinitivo.

(44) Llevo un año sin escribir una reseña y me ha motivado del desastre que ha sido. No podría enumerar todos los despropósitos que sufrimos en el local. El servicio aunque amable es muy deficiente y la comida *solo comentar* que sustituyeron el queso parmesano por una sabanita, es decir un timo (CIE-Inf20-407).

Lo usual es que *solo* preceda al infinitivo al inicio del enunciado, como en el siguiente tuit (45), o después de un punto y seguido, como en (46), texto procedente de la red social Facebook.

(45) *Solo comentarles* que tengo que hacer tarea (CIE-Inf20-46).

(46) Muchas gracias por la visita. *Solo comentarles* que el Museo de la Naturaleza y el Hombres se llama ahora MUNA, Museo de Naturaleza y Arqueología. Saludos. (CIE-Inf20-62).

También es habitual este adverbio con el infinitivo *decir* en los textos de TripAdvisor. El adverbio *solo* mitiga la fuerza pragmática asertiva del infinitivo cuando se valoran los servicios y se introduce alguna pequeña reserva sobre los mismos, lo cual incidiría en la tendencia a la desobjetivación que estamos advirtiendo en este tipo de texto.

(47) No voy a descubrir a Pedro Subijana... *solo decir* que necesitas reservar con muuuucha antelación para disfrutar de este templo de la cocina de vanguardia.

Mi recomendación va por ahorrarse un buen dinero y visitar el restaurante a la carta del hotel, tambien del magnifico chef, y por un tercio del precio... (CIE-Inf20-271).

No obstante, este adverbio sirve de apoyo para introducir la opinión, al igual que sucede con el infinitivo *comentar*.

(48) *Solo decir* que los antipasto y la pasta de 10 al igual que la propietaria súper amable.

Sin duda una visita obligada si vienes a Cadaqués yo sin duda repetiré. (CIE-Inf20-422).

Al infinitivo *recordar* lo acompaña de forma muy frecuente la frase adverbial *por último*, que enfatiza su valor pragmático de cierre. Los usos se concentran en los textos de redes sociales, a las que pertenecen los ejemplos (49) y (50).

(49) *Por último recordarles* que pueden retirar las entradas incluso hasta el día del evento, pero recomendamos hacerlo antes para evitar colas (CIE-Inf20-204).

(50) *Y por último, recordaros* que la gente cambia, que la gente es capaz de escuchar y de mejorar, que nadie es blanco o negro, que todos estamos en una gama de grises en la que un momento podemos ser amados y al otro odiados (CIE-Inf20-226).

Los adverbios, frases adverbiales y otros elementos son una muestra más de que el infinitivo requiere cierta dependencia formal y discursivo-pragmática de otros elementos, los cuales, además, añaden valor al infinitivo, probablemente porque su propia indefinición semántico-referencial favorece la coaparición de formas que acoten su ámbito de validez. Por

lo tanto, bien sea mediante la presencia de objetos de persona, bien sea mediante elementos adverbiales, el infinitivo rara vez se formula de forma completamente autónoma o independiente. Esto se puede relacionar con la idea de que el lexema verbal formulado en infinitivo ya constituye una vía de comunicación, pero la ausencia de la marca de sujeto promueve que el infinitivo se transforme en un recurso variable de desobjetivación que no va dirigido a ocultar o difuminar la responsabilidad del hablante, sino a establecer un elemento de enlace que introduce, concluye o resume o una opinión o argumento (felicitación o agradecimiento). En ello, las marcas de objeto y los elementos adverbiales contribuyen a delinear un significado desobjetivador del infinitivo que es gradual, y que se utiliza en los distintos textos para cumplir determinados objetivos comunicativos. De forma general, se puede establecer que el infinitivo en los textos de TripAdvisor tiende a introducir o cerrar el contenido de forma más desobjetivada que los que se utilizan en las redes sociales. Esto viene determinado por la propia orientación comunicativa de cada uno de los textos; los de TripAdvisor tienen una finalidad concreta (dar opiniones, felicitar o agradecer), mientras que los de las redes sociales son comunicativamente más versátiles.

## 6. CONCLUSIONES

Podemos confirmar que el denominado *infinitivo enunciativo* constituye un cambio en el punto de vista del discurso hacia la desobjetivación, toda vez que carece de los elementos formales del sujeto (expresión o desinencia verbal). Sin embargo, contradictoriamente, el infinitivo en ausencia de marca formal de sujeto aparece normalmente en contextos donde la persona está claramente presente, pues los textos analizados en esta investigación poseen una orientación claramente argumentativa. Esta circunstancia, unida al hecho de que la mayoría de estos infinitivos pertenecen al área comunicativa al grupo de los *verba dicendi*, explica que aparezcan con gran frecuencia en este tipo de texto. Los infinitivos formulados con estos lexemas constituyen islas de desobjetivación inmersas en unos enunciados con tendencia antagónica, esto es, con una orientación subjetiva, y funcionan como enlaces introductoros o resumidores de los argumentos u opiniones. Así pues, este infinitivo con estas características, y según el grado de desobjetivación que conlleve, contribuirá a que el texto se inicie o se cierre de forma más desobjetivadora, lo que consecuentemente podrá imprimir

el texto de valores sociopragmáticos que emanan de esa desubjetivación: cortesía, distancia, solemnidad, etc.

Visto así, y, aunque se trata de un uso no normativo, el empleo del infinitivo independiente en textos de esta naturaleza podría justificarse por las razones aludidas; mediante lexemas verbales como *decir*, *comentar*, *agradecer* o *felicitar*, etc., el hablante o escritor puede inferir que el propio infinitivo ya cumple la función de transmitir el contenido deseado y que la marca de sujeto es innecesaria. De hecho, no es posible llevar a cabo este proceso inferencial con otro tipo de lexemas como *caminar*, *comer*, *dormir*, etc.

Por otra parte, la formulación de estos infinitivos con la marca de persona, como por ejemplo, la del morfema de concordancia en “*Me gustaría comentar*”, imprimiría una mayor subjetividad al enunciado, puesto que constituiría una estructura argumentativa que precede a un enunciado argumentativo. No se trata, por tanto, de un recurso de difuminación de la responsabilidad del hablante o escritor sobre el contenido, sino más bien de un fenómeno que dota al mismo de un estilo desubjetivado en las cláusulas donde aparece, las cuales, como se ha señalado, actúan fundamentalmente de introducción o cierre. Con ello, se erige en una estrategia (más o menos consciente) que va siendo recurrente en enunciados y textos como los estudiados en esta investigación.

Por lo tanto, cuando el hablante, escritor o informador “arroja en bruto sus apuntes sin vestirlos con un mínimo decoro formal”, como señalaba Lázaro Carreter (v. *supra*), realmente está conectando un contenido argumentativo con un significado que inherentemente lo dota de objetividad. El significado del lexema infinitivo, el cual, al venir formulado de modo independiente y sin conjugación muestra una perspectiva desubjetivadora, permite que el resto del enunciado quede focalizado o resaltado pragmáticamente. Es necesario destacar que, con frecuencia, no solo coaparece con distintas marcas de persona, sino también con adverbios y frases adverbiales muy variadas, lo que revela que, pese a su rentabilidad comunicativa, el infinitivo muestra cierta tendencia a venir acompañado de otros elementos, lo cual evidencia que su independencia es relativa.

Con todo, la variación gramatical suele mostrar un equilibrio entre los beneficios que aporta un uso concreto y la efectividad en el proceso de la comunicación. En este caso, el infinitivo se transforma en un recurso de desubjetivación, pero solo se ha producido (hasta el momento) con aquellos lexemas verbales del área del grupo de los *verba dicendi*, los cuales, por la razones aducidas, no interfieren en dicho proceso.

## FINANCIAMIENTO

Este artículo presenta resultados del proyecto de investigación «Formalización e integración de dimensiones estilísticas en el análisis de la elección gramatical en español. Los continuos del punto de vista y la modalidad del discurso» (PID2020-113474GB-I00) financiado por el Ministerio de Ciencia e Innovación/Agencia Estatal de Investigación 10.13039/501100011033/.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ACHARD, MICHAEL. 1998. *Representation of Cognitive Structures. Syntax and Semantics of French Sentential Complements*. Berlín/Nueva York: Mouton de Gruyter.
- AJÓN OLIVA, MIGUEL ÁNGEL. 2015. La marcación variable de los objetos en español. Prominencia cognitiva y elección gramatical. *Estudios de Lingüística de la Universidad de Alicante* 29: 9-33.
- \_\_\_\_\_. 2019. *Constructing us. The first and second persons in Spanish media discourse*. Berlín: Mouton de Gruyter.
- \_\_\_\_\_. 2020a. It can be us or you. The desubjectification of viewpoint through person choice in Spanish oral and written media discourse. *Journal of Pragmatics* 163: 4-17.
- \_\_\_\_\_. 2020b. Opciones múltiples, funciones diferentes: las construcciones modales deónticas en el discurso oral y escrito de los medios de comunicación (En evaluación).
- AJÓN OLIVA, MIGUEL ÁNGEL Y MARÍA JOSÉ SERRANO. 2013. *Style in syntax. Investigating variation in Spanish pronoun subjects*. Bern: Peter Lang.
- ALARCOS, EMILIO. 1984. *Gramática de la lengua española*. Madrid: Espasa Calpe.
- ÁLVAREZ DE MIRANDA, PEDRO. 2012. Hablar como indios. Centro Virtual Cervantes, Rinconete. [https://cvc.cervantes.es/el\\_rinconete/antiores/noviembre\\_12/20112012\\_01.htm](https://cvc.cervantes.es/el_rinconete/antiores/noviembre_12/20112012_01.htm). Consultado el 30 de julio de 2020.
- ARIZA, MANUEL. 2001. Las categorías intermedias. En Elena Méndez, Josefa Mendoza y Yolanda Congosto (eds.), *Indagaciones sobre la lengua. Estudios de filología y lingüística españolas en memoria de Emilio Alarcos*, pp. 73-96. Sevilla: Servicio de Publicaciones de la Universidad de Sevilla.
- ARIEL, MIRA. 2001. Accessibility theory: An overview. En Teed Sanders, Joost Schilperoord y Wilbert Spooren (eds.), *Text Representation: Linguistic and Psycholinguistic Aspects*, pp. 29-87. Amsterdam: Benjamins.
- ARJONA IGLESIAS, MARINA. 1989. El infinitivo absoluto en el habla popular de la ciudad de México. En Marina Arjona Iglesias y Elizabeth Luna Trail, E. (eds.) *El infinitivo en el español hablado en la ciudad de México*, pp. 95-172. México: UNAM.
- ARJONA IGLESIAS, MARINA Y ELIZABETH LUNA TRAIL (EDS.). 1989. *El infinitivo en el español hablado en la ciudad de México*. México: UNAM.
- AUSTIN, JOHN L. 1962. *How to Do Things with Words*. Oxford: The Clarendon Press.
- CROFT, WILLIAM Y ALLAN D. CRUSE. 2004. *Cognitive Linguistics*. Cambridge: Cambridge University Press.
- GÓMEZ TORREGO, LEONARDO. 1991. *Manual de español correcto*. Madrid: Arco Libros.

- HERNANZ, MARÍA LUISA. 1999. El infinitivo. En Ignacio Bosque y Violeta Demonte (eds.), *Gramática descriptiva de la lengua española*, pp. 2197–2356. Madrid: Espasa Calpe.
- JOHNSON, EZRA. 2009. Getting off the GoldVarb Standard: Introducing Rbrul for Mixed-Effects Variable Rule Analysis. *Language and Linguistics Compass* 3(1): 359-383.
- LANGACKER, RONALD. W. 1995. *Foundations of Cognitive Grammar. Vol I. Theoretical Prerequisites*. Stanford: Stanford University Press.
- \_\_\_\_\_. 2009. *Investigations in Cognitive Grammar*. Berlín: Mouton de Gruyter.
- LAPESA, RAFAEL. 2000. *Estudios de morfosintaxis histórica del español*. Madrid: Gredos.
- LÁZARO CARRETER, FERNANDO. 1997. *El dardo en la palabra*. Barcelona: Galaxia Gutenberg.
- LENZ, RODOLFO. 1920. *La oración y sus partes. Estudios de gramática general y castellana*. Madrid: Publicaciones de la Revista de Filología Española.
- LUNA TRAILL, ELIZABETH. 1989. El infinitivo absoluto en el habla culta de la ciudad de México. En Marina Arjona Iglesias y Elizabeth Luna Trill, E. (eds.), *El infinitivo en el español hablado en la ciudad de México*, pp. 15-90. México: UNAM.
- MALDONADO GONZÁLEZ, CONCEPCIÓN. 1999. Discurso directo y discurso indirecto. En Ignacio Bosque y Violeta Demonte (eds.), *Gramática descriptiva de la lengua española*, 3, pp. 3549-3595 Madrid: Espasa Calpe.
- MILLER, CLARA. 2009. Twitter es más atractivo para los adultos que para los adolescentes. *La Nación*, 27-8-2009. Consultado el 22 de abril de 2021.
- NGLE 2009 = Real Academia Española y Asociación de Academias de la Lengua Española. *Nueva gramática de la lengua española*. Madrid: Espasa Calpe.
- PONS RODRÍGUEZ, LUIS. 2005. *La historia de las formas no verbales en español*. E-Excelence. Biblioteca de Recursos Electrónicos de Humanidades.
- QUINTERO RAMÍREZ, SARA. 2013. Factores pragmático-textuales del infinitivo enunciativo. *Actualizaciones en Comunicación Social* 7: 283-287.
- \_\_\_\_\_. 2018. Infinitivo enunciativo en español y francés: estudio contrastivo desde una perspectiva pragmático-textual. *Círculo de lingüística aplicada a la comunicación* 73: 197-216.
- RIDRUEJO, EMILIO 1992. El infinitivo enunciativo en español actual. *Acta Universitatis Wratislaviensis* 1370: 137-148.
- RODRÍGUEZ ESPÍÑEIRA, MARÍA JOSÉ. 2008. El infinitivo como categoría híbrida y ambivalente. En María José Rodríguez Espiñeira y Jesús Pena (coords.) *El infinitivo. Categorización lingüística y límites intercategoriales*, Verba, Anexo 61, pp. 127-148. Santiago de Compostela: Universidad de Santiago de Compostela.
- RODRÍGUEZ RAMALLE, MARÍA TERESA. 2008. *Las formas no personales del verbo*. Madrid: Arco Libros.
- ROMERO GUALDA, MARÍA VICTORIA. 1996. *El español en los medios de comunicación*. Madrid: Arco Libros.
- SECO, MANUEL. 1988. *Diccionario de dudas y dificultades de la lengua española*. España: Espasa-Calpe.
- SERRANO, MARÍA JOSÉ. 2006. *Gramática del Discurso*. Madrid: Akal.
- \_\_\_\_\_. 2013. De la cognición al discurso. El efecto de la prominencia cognitiva y la informatividad textual en el estudio de la variación de los sujetos pronominales. *Estudios de Lingüística. Universidad de Alicante* 27: 275-300.
- \_\_\_\_\_. 2020. La textualización de la desbjetivización: variación entre la perífrasis haber que+infinitivo y el clítico se. *Oralia* 23(1): 131-164.
- \_\_\_\_\_. 2022. Variation in society: The periphrases tener/haber que + infinitive by sex/gender of participants in Spanish. *Pragmatics and Society* 14(4): 568-592.

- 
- \_\_\_\_\_. 2023. Sintaxis y discurso: el infinitivo independiente en los tuits como variante y punto de vista desubjetivador. *Moenia* 29 (publicado en línea).
- VANDERSCHUEREN, CLARA. 2013. *Infinitivo y sujeto en portugués y español: un estudio empírico de los infinitivos adverbiales con sujeto explícito*. Berlín/Boston: Walter de Gruyter/Niemeyer.
- VILLALBA IBÁÑEZ, CRISTINA. 2012. El valor atenuante de la impersonalidad en los juicios orales. *Anuario de Lingüística Hispánica* XXVIII, 117-132.
- \_\_\_\_\_. 2018. El infinitivo enunciativo como estrategia atenuante. Un estudio a partir de juicios orales. *Spanish in Context* 15(2): 237-257.