

El uso de *vosotros* como símbolo de identidad en *La Bandera Americana*, Nuevo México

The use of vosotros as an identity symbol in La Bandera Americana, New Mexico

Patricia Gubitosi

University of Massachusetts Amherst

Irina Lifszyc

University of Massachusetts Amherst

Resumen

Hay acuerdo entre los investigadores de la lengua española en que el pronombre *vosotros* no existe actualmente en el español de Latinoamérica, y que este uso se extinguió en este lado del Atlántico (aunque hay diferencias en cuanto a esto) a finales del siglo XIX. El presente estudio examina el uso del pronombre *vosotros* en *La Bandera Americana*, periódico publicado en Albuquerque, Nuevo México, entre los años 1898 y 1935. El análisis del periódico estudiado muestra un uso estadísticamente significativo del pronombre *vosotros* en los avisos publicitarios publicados en el periódico entre los años 1901 y 1909, donde covaría con el pronombre *ustedes*. Este uso abarca todos los rubros publicitados en el diario, incluso en avisos del mismo negocio que aparecen en el mismo número, lo que muestra una gran variabilidad lingüística en la época. La utilización del pronombre *vosotros* en variación con *ustedes* coincide con una etapa españolizante en el uso de la lengua por parte de los habitantes de Nuevo México (Gubitosi 2010, 2013). A la luz de los datos analizados creemos que este uso particular del pronombre estaría motivado por una reafirmación de la identidad hispana ya señalada por los historiadores y que coincide con el surgimiento del movimiento de los *periodiqueros* de fines del siglo XIX en Nuevo México (Meléndez 1997, 2005).

Palabras Clave

Pronombre *vosotros*, *La Bandera Americana*, Nuevo México, Identidad lingüística, Avisos publicitarios

Abstract

There is agreement among researchers that the *vosotros* pronoun does not currently exist in Latin American Spanish, and that this use had faded in America (although there are some disagreements regarding the date) by the late 19th century. This study examines the use of the *vosotros* pronoun in *La Bandera Americana*, a newspaper published in Albuquerque, New Mexico, between 1898 and 1935. Our analysis of the newspaper shows a statistically significant use of the *vosotros* pronoun in the advertisements published in the newspaper between 1901 and 1909, where *vosotros* covaries with the *ustedes* pronoun. The *vosotros* pronoun is present in the different market sectors, even in advertisements published by the same store in the same issue of the paper, which demonstrates a great linguistic variability of the Spanish language at the time. The use of the *vosotros* pronoun in variation with *ustedes* by the inhabitants of New Mexico was concomitant to their alignment with Peninsular Spanish (Gubitosi 2010, 2013). In light of the data analyzed, we believe that this particular use of the pronoun could have been motivated by a reaffirmation of the Hispanic identity already pointed out by historians, which coincides with the emergence of the *periodiqueros* movement at the end of the 19th century in New Mexico (Meléndez 1997, 2005).

Keywords

Vosotros pronoun, *La Bandera Americana*, New Mexico, Linguistic identity, advertisements

Patricia Gubitosi es profesora asociada de Lingüística Hispánica en el Departamento de Lenguas, Literaturas y Culturas de la Universidad de Massachusetts Amherst. Egresada de la Universidad de Buenos Aires, Argentina, Gubitosi obtuvo su maestría y su doctorado en la Universidad de Houston. Su investigación se enfoca en el español de los Estados Unidos, tanto en su desarrollo diacrónico como su presencia en el país como lengua minoritaria y en contacto con otras lenguas. Es autora del libro La expresión de la pasividad en el sudoeste de Estados Unidos y México (1855-1950) (Peter Lang 2013) y co-editora de El español en la red (Iberoamericana 2017). Sus artículos han aparecido en Readings in Language Studies, Journal of Diaspora Studies, Camino Real entre otros.

C.e.: gubitosi@umass.edu

Irina Lifszyc es traductora pública, literaria, científico-técnica de inglés. Realizó un Máster en Español en la Universidad de Ohio y actualmente realiza sus estudios de Doctorado en Lingüística Hispánica en la Universidad de Massachusetts Amherst. Sus principales intereses son la lingüística histórica y la variación morfosintáctica. Ha estudiado el uso del lunfardo en la publicidad en Argentina y actualmente trabaja en la evolución histórica de la omisión de preposiciones en proposiciones subordinadas sustantivas preposicionales en el español rioplatense.

C.e.: ilifszyc@umass.edu

Introducción

Numerosos investigadores (Cotton y Sharp 1988; Carricaburu 2015; Kany 1969; Lapesa 1981; Lipski 1994; Moreno de Alba 1988, 2010, 2011; Penny 1993; Zamora Vicente 1970; entre muchos otros) coinciden en que la forma pronominal *vosotros* no existe en el español actual hablado en América y aceptan que la forma *ustedes* es la única forma de tratamiento en plural utilizada en este continente (Nieuwenhuijsen 2003). No hay, sin embargo, consenso en cómo y por qué la forma *vosotros* llegó a desaparecer del inventario hispanoamericano. Corominas (1986), por ejemplo, relaciona la pérdida de *vosotros* con la conservación del pronombre de segunda persona plural *boso* del papiamentu. El investigador sugiere que el hecho de que *boso* permaneciera entre la población de color habitante de las islas fue motivo para que *vosotros* fuera rechazado primero por los españoles y luego por la población en general. La tesis de Corominas, sin embargo, es cuestionada por algunos investigadores (Bertolotti 2018; Jonge y Nieuwenhuijsen 2009; Nieuwenhuijsen 2003). Según Nieuwenhuijsen (2003: 10), la pervivencia del pronombre *vos* en América fue la responsable de la pérdida de *vosotros* en dicho territorio. La investigadora señala que:

Este desarrollo particular [de las formas de tratamiento] se debía a las características específicas de la nueva sociedad que se estaba formando en América, en la que se daba una cierta igualación de rangos y una tendencia a la hidalguización.

En España, por lo tanto, el problema de la coincidencia de formas de vos y vosotros se solucionó a favor de vosotros, en tanto que en América el uso frecuente de vos debe de haber sido responsable justamente de la pérdida de vosotros.

Fontanella de Weinberg (1999) ya había sostenido que la desaparición de *vosotros* podría deberse a la similitud en los paradigmas con *vos*. Sin embargo, Bertolotti (2018: 21) discute esta posición

ya que para esta investigadora existen dos puntos cuestionables:

Este argumento tiene, a mi juicio, dos flancos débiles: por un lado, el vos conservado es singular y las formas ambiguas pronominales de su paradigma se abandonan y, en consecuencia, la coincidencia no sería tal; por otro lado, la conservación de vos no es general en América en tanto que la pérdida de vosotros sí lo es.

Más allá de las razones por las cuales el pronombre *vosotros* desapareció del habla de América es claro, sin embargo, que su uso fue registrado en los años de la colonia tal como lo atestigua Bertolotti en su estudio diacrónico del *vosotros* utilizando datos del Corpus diacrónico de América (CORDIAM); o Frago García (2011) en su estudio sobre la lengua española en América durante el período independentista. De todos modos, contrario al uso familiar que adquiere el *vosotros* en la Península Ibérica, en América, según Frago García (2011: 57), la aparición del pronombre

se da con mayor profusión, incluso con regularidad, en los [textos] de carácter oficial, de estilo por lo general muy tradicional, en los doctrinales o marcados por la erudición, y en aquellos envueltos de solemnidad, que también pueden buscar, curiosamente, el acercamiento emocional a los destinatarios cuyos ánimos se desea enfervorizar y conquistar.

Es decir que en América ocurre una inversión del valor designativo del pronombre *vosotros* ya que, a juicio de Caravedo (2005: 28), este pronombre se usa “en contextos de gran solemnidad en que el interlocutor es indiferenciado y masivo”. En efecto, ese valor de gran solemnidad es el que también encuentra Domínguez Hernández (2013: 489) en algunos textos de Martí donde la autora observa que *vosotros* “resalta su carácter deferencial para un alocutario convocado por sus virtudes, que demanda, acaso, un respeto entre iguales”; aunque la misma autora reconoce que las formas de *vos* y *vosotros* que se documentan en los textos de Martí deben interpretarse “como formas propias para la

representación de lo arcaico, con un tono jocoso a veces, o en contextos de pretendido alto vuelo poético, de función conativa frecuentemente” (Domínguez Hernández: 482).

Es el modo alocutivo el que prima en el discurso publicitario, que centra el discurso en la segunda persona. En la teoría polifónica de Ducrot (1986) el alocutario es la identidad simétrica al locutor, quien es el responsable de la enunciación. El modo alocutivo, entonces, está parcialmente determinado por la imagen que el locutor construye de su destinatario directo, y que puede ser singular o plural, conocido o anónimo, ficticio o real.

En nuestro corpus conformado sobre las publicidades del periódico nuevomexicano *La Bandera Americana* entre los años 1901 y 1909, encontramos el uso de *vosotros* con carácter deferencial alocutivo. Lo interesante del uso de este pronombre en el periódico nuevomexicano en el principio del siglo XX es que toda la bibliografía señala que, en América, *vosotros* ya había dejado de usarse para esa fecha. En efecto, algunos investigadores señalan que la pérdida ocurre en el siglo XIX (Frago-García, 2011; Domínguez Hernández, 2013; Moreno de Alba, 2010, 2011), mientras que Bertolotti (2018) sugiere a partir del análisis de datos extraídos del CORDIAM que la pérdida ocurre más bien en el siglo XVIII. El presente trabajo pretende contribuir a la discusión sobre el uso y posterior desaparición del pronombre de segunda persona *vosotros* en el español de América a partir de datos extraídos de textos publicitarios en *La Bandera Americana* de principios del siglo XX.

Trasfondo histórico

Nuevo México fue parte del virreinato de la Nueva España desde 1535 hasta 1821, cuando pasó a formar parte de la República de México después que este país se independizara de la corona española. Fue en 1598 cuando Juan de Oñate, proveniente de México y acompañado de doscientos soldados junto a sus familias, erigió el poblado que daría origen a la provincia de Nuevo

México (Simmons 1977). Gobernador, Adelantado y Capitán General de Nuevo México, Juan de Oñate establece la capital de la provincia en San Juan Pueblo a veinticinco millas al norte de lo que luego sería la ciudad de Santa Fe. En 1610 Don Pedro de Peralta, gobernador de la provincia en ese momento, traslada el asentamiento a la ciudad de Santa Fe, que se transforma de este modo en la ciudad capital más antigua en los Estados Unidos (Gubitosi 2010).

En los años posteriores a la independencia mexicana, la provincia de Nuevo México, como manera de revertir su aislamiento, comenzó un intercambio comercial con la República de Texas (que había conseguido su independencia en 1836) y los Estados Unidos; intercambio que se tornó preocupante a los ojos del gobierno mexicano. Efectivamente, en 1841 el gobierno central mexicano envió una patrulla armada a Santa Fe para colaborar con el gobernador Manuel Armijo en contrarrestar la invasión de un grupo de texanos que había entrado al territorio con fines comerciales. Sin embargo, esta patrulla tuvo que regresar a la ciudad de México sin cumplir su cometido ya que la población nuevomexicana sentía que mejoraría su desamparo y aislamiento a partir de las mejoras proporcionadas por el comercio con Texas y los Estados Unidos y no por ahuyentar estas actividades (Simmons 1977).

En 1848 la firma del tratado de Guadalupe Hidalgo pone fin a la guerra con Estados Unidos, y como consecuencia de esto, Nuevo México y todos los territorios ubicados al norte del Río Grande pasan a formar parte de los Estados Unidos de América. Esta anexión es celebrada por los nuevomexicanos quienes vieron en esta incorporación un paso seguro hacia el progreso ya que, a juicio de numerosos miembros de la sociedad nuevomexicana, Estados Unidos “nació a la vida de pueblo con formas de gigante, como nacían los dioses i los semidioses de la mitología destinados á vencer imposibles aun en su juventud!” tal como indica un editorial publicado en *El Nuevo Mejicano* el día 3 de julio de 1864 (p. 3). Sin embargo, ese entusiasmo inicial se convertirá

1 En todos los casos se respeta la ortografía original de los artículos periodísticos citados.

muy pronto en desengaño ante la negativa que reciben los nuevomexicanos una y otra vez respecto de su capacidad de conformar un nuevo estado, y así elegir sus propias autoridades, por parte del gobierno central. Este sentimiento de frustración se irá exacerbando con el tiempo y dará origen a un movimiento de resistencia en favor de la hispanidad y el uso del español que se hará visible en la prensa nuevomexicana en los años subsiguientes.

De acuerdo con Meléndez (1997:5), la prensa en Nuevo México presenta rasgos distintivos propios que le permiten sobrevivir y hacer frente al avance angloamericano posterior a la pérdida de las tierras ubicadas al norte del Río Bravo por parte de México al finalizar la guerra en 1848. La influencia de los periódicos hispanos en el territorio se extiende desde Santa Fe hasta las ciudades del sur y su producción representa uno de los mayores esfuerzos de respuesta intelectual ante el pernicioso borrado y el consecuente menoscabo de la cultura mexicana del sudoeste llevada a cabo por la ideología angloparlante de la conquista del oeste.

El periódico que nos ocupa acompañó la vida de los nuevomexicanos desde los finales del siglo XIX, puesto que inició su publicación en 1895, hasta casi los albores de la Segunda Guerra Mundial, ya que su último número apareció en 1938 (Gubitosi 2006, 2013). Es importante recordar que, en los primeros años de vida del periódico, el español era la lengua mayoritaria en la región dado que, aún después de la guerra entre México y Estados Unidos, el español siguió siendo una lengua prestigiosa. La escuela, la vida y la cultura toda se desarrollaba en la lengua de Cervantes (Gubitosi 2010). No es sino hasta las primeras décadas del siglo XX que el idioma inglés se impone en perjuicio de otras lenguas minoritarias. Así, por ejemplo, en el estado de Nuevo México la enseñanza se impartía en español aún bien entrado el siglo XX; en 1912, cuando el territorio se convierte en un nuevo estado de la Unión, la enseñanza comienza a ofrecerse en inglés, lo que inició un período de represión lingüística que se verá agudizado cuando el presidente Theodore Roosevelt reclama que en

los Estados Unidos solo debe haber una única bandera y una sola lengua: el inglés. A partir de allí, como señala Lipski (1996: 470), “las personas educadas entre aproximadamente 1920 y 1960 fueron abandonando progresivamente la lengua española, y muchos optaron por no transmitirla a sus hijos” y así se dio origen a lo que se conoció como *la generación perdida*.

La primera imprenta mecánica, y con ella la posibilidad de producir múltiples copias, había llegado a Nuevo México en la década de 1830; y, desde entonces, la producción de periódicos se multiplicó. Como señala Meléndez (1997), después del tratado de Guadalupe-Hidalgo en 1848, se dio la paradoja de que los nuevos periódicos tenían propietarios angloamericanos que debían servir a lectores mayoritariamente hispanoparlantes. Esta situación se prolonga aún hasta la época en que da comienzo la publicación de nuestro diario. En efecto, la década de 1890 fue la de mayor florecimiento de la actividad periodística en Nuevo México, donde los periódicos de lengua española tenían, incluso, la misión de servir a la población de elite angloamericana. Como señala Stratton (1969: 36)

by the '90s a larger number of native New Mexicans were literate in the Spanish language, having been educated in the tongue in an increasing number of Catholic schools. As a result, thirty-five Spanish language and eleven bilingual papers were published in the '90.

En otras palabras, la importancia de *La Bandera Americana* radica en haber acompañado, como fiel testigo, uno de los períodos más importantes de la vida de Nuevo México, desde el florecimiento de la industria periodística en lengua española hasta el momento en que se consuma su decadencia y, aún más, tal como lo señala Lipski, su represión lingüística.

Sin embargo, a pesar de que el uso del español fue suprimido del espacio público, muchos investigadores (McWilliams 1968; Padilla 1993; Meléndez 1997; Fregoso 2007) han demostrado cuán importante ha sido la lengua española en

la formación de la identidad nuevomexicana sin dejar de reconocer que la lengua inglesa ha jugado también un papel sustancial en la conformación de un ideario común y de un sentimiento de grupo por parte de estos habitantes (Gubitosi 2010).

Durante el tiempo que nos ocupa, el periódico fue dirigido por Néstor Montoya, reconocido periodista de Nuevo México que había sido editor de *La Voz del Pueblo* y *El Nuevo Mundo* antes de tomar las riendas de *La Bandera Americana* (Meléndez 2005). Montoya fue, además, elegido presidente de la asociación *La Prensa Asociada Hispano-Americana* en 1903 y reconocido como un gran defensor de los derechos de los nuevomexicanos de su tiempo. En 1901, *La Bandera Americana* se unió al periódico *El Nuevo Mundo* de Albuquerque y, lo que es más importante, se estableció la compañía publicista del periódico. De acuerdo con Meléndez (2005: 97)

In the initial years after the merger Montoya assumed the position of editor and secretary. He maintained control of the paper for some twenty-two years, until his death in 1923. The merger also established La Compañía Publicista de la Bandera Americana (The Bandera Americana Publishing Company), whose board of directors shared many members from the leadership of the Republican party in Sandoval, Valencia and Bernalillo counties.

La Bandera Americana, de la mano de su editor Néstor Montoya, se dedicó a publicar no solo noticias políticas y editoriales sino también obras literarias de poetas y escritores ya sea locales como Felipe Maximiliano Chacón o Eleuterio Baca, como así también de autores latinoamericanos. En efecto, en sus páginas se publicaron trabajos de Ignacio Altamirano, Rubén Darío y Salvador Díaz Mirón (Meléndez 2005) apoyando la idea de que el periódico era un recurso necesario para la propagación y difusión de la cultura hispanoamericana y un auxiliar indispensable de la educación de los nuevomexicanos frente a lo que se percibía “como una amenaza cultural venida del este: habitantes que hablaban otra

lengua, practicaban otra religión, mantenían otras costumbres” (Gubitosi 2010: 54). En efecto, es en los años en que surge *La Bandera Americana* cuando la efervescencia en defensa de la lengua está en plena expansión, ya que los intelectuales nativos de Nuevo México comienzan a darse cuenta de que las esperanzas de progreso que tenían forjadas a partir de las promesas del gobierno de Washington se tornan inútiles. El siguiente artículo publicado en el *El Nuevo Mexicano* el 27 de enero de 1894 da cuenta de ello²:

Después de que el valoroso y respetado tricolor Mexicano fué suplantado por el no menos distinguido pabellón de las estrellas y listas en esta seccion del país, debido á las achacosas fortunas de la guerra, fué en ese tiempo celebrado el famoso tratado de Guadalupe Hidalgo, bajo el cual el gobierno de los Estados Unidos de Norte América solemnemente se comprometió con la República de México, de dar inmediatamente al pueblo segregado de la república las mismas garantías é inmunidades correspondientes á los demás estados soberanos que pertenecen á esta union. ¿Se ha cumplido hasta ahora esa solemne promesa celebrada entre las dos naciones vecinas? No. Como todos lo saben, dicha parte del tratado ha permanecido letra muerta, quedando el pueblo de nuestro territorio y de algunos otros vecinos bajo el pupilaje paternal del gobierno, solamente recipientes de las migajas que á veces se desperdician y caen rodando de los manteles del festín. (“Justicia a Nuevo México”, página 2, columna 4-5)

Este sentimiento de desesperanza y frustración tendrá un hondo impacto en la conducta y comportamiento lingüístico de los nuevomexicanos y, por ende, en el uso de la lengua española.

Consideraciones metodológicas

El presente estudio analiza las publicidades aparecidas en el periódico *La Bandera Americana* entre los años 1901 y 1909; un período particularmente

2 Como hemos mencionado en la nota anterior, todas las citas periodísticas respetan la ortografía utilizada en el original.

interesante desde el punto de vista lingüístico ya que el español usado en el territorio comienza a tomar giros españolizantes, a tono con lo que se ha dado en llamar la *herencia fantasmiosa* (Gubitosi 2006, 2010; Meléndez 1997, 2005) mediante la cual los habitantes de Nuevo México empiezan a ligar su historia con los conquistadores y adelantados venidos directamente de España y no con los soldados venidos de México bajo las órdenes de Juan de Oñate.

En su estudio sobre *La Voz del Pueblo*, otro periódico de la época, Fernández Gibert (2001: 332) señala:

Al entroncar sus costumbres, su lengua y sus apellidos con sus antepasados europeos, los nuevomexicanos no hacían otra cosa que tratar de escapar a los prejuicios y al racismo ejercido habitualmente por la minoría anglosajona de Nuevo México y por la sociedad angloamericana en los Estados Unidos.

Este cambio de conducta de los pobladores de Nuevo México tratando de vincular su origen a los antepasados españoles del que habla Fernández Gibert se refleja en la lengua pública, específicamente en los avisos de publicidad como veremos más adelante.

Debido a que el discurso publicitario tiene estrategias específicas para comunicar sus ideas según sea la elección del sujeto enunciador, hemos tomado en cuenta los diferentes modos enunciativos que son posibles en el discurso publicitario. Siguiendo a Burdach Rudloff y Pons Galea (2003) hemos clasificado nuestro corpus teniendo en cuenta lo siguiente:

- a) el modo elocutivo, que se centra en el uso del *yo* (primera persona, ya sea singular o plural), con o sin mención del destinatario. Como ejemplo presentamos la imagen 1.

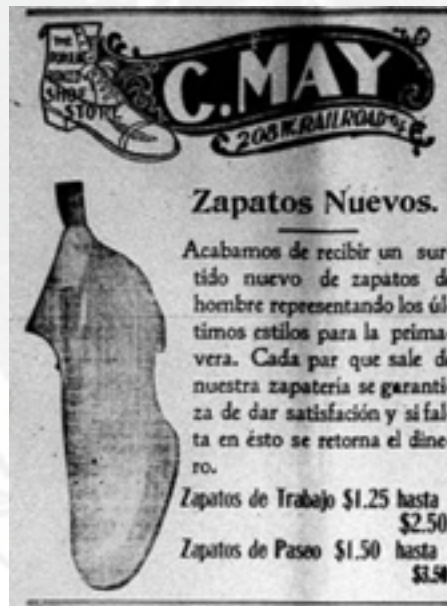


Imagen 1

b) el modo alocutivo, que hace hincapié en la segunda persona, y según Burdach Rudloff y Pons Galea (2003: 11), “posibilita un comportamiento apelativo”. Este es el discurso por excelencia de la publicidad. Aquí debemos mencionar tanto el uso de *ustedes* (como en la imagen 2) o *usted*, como el uso de *vosotros* (imagen 3)³.



Imagen 2



Imagen 3

3 Cabe mencionar que el único pronombre de segunda persona singular que hemos encontrado es el formal *usted*. En nuestro corpus no han aparecido instancias de *vos* ni de *tú*.

c) el modo delocutivo, por otra parte, se focaliza en la no-persona (él) y le da al texto “un tenor impersonal, sin involucrarse ni involucrar al interlocutor” (Burdach Rudloff y Pons Galea, 2003: 12). Este tipo de discurso es el que prevalece en los textos informativos, aunque también puede aparecer en los publicitarios. Por ejemplo: “El extracto de Sarsaparrilla del

dr. Jos. Gray purifica la sangre y limpia el cútis. Actúa directamente en los intestinos y regula las funciones del hígado. Es un tónico para todo género de enfermedades y su preparación no tiene superior”, LABA, 1 de mayo de 1903, página 3. El modo delocutivo comprende también las expresiones con SE, como se ve en la imagen 4.



Imagen 4

d) por último, muchas veces se utiliza solo una frase nominal de tipo descriptivo que habla de las ventajas del producto a vender. Un claro

ejemplo de este tipo de publicidad puede verse en la imagen 5.



Imagen 5

De este modo, nuestro corpus de análisis quedó conformado de la siguiente manera:

Estrategias discursivas	Modo alocutivo		Modo elocutivo	Modo delocutivo		Descriptivo
	Vosotros	Usted/ Ustedes	1ª persona	Se impersonal	3ª persona	Frases nominales
Total N = 3847	357	780	856	594	325	935
Porcentaje = 100%	9,28%	20,28%	22,25%	15,44%	8,45%	24,30%

Tabla 1
Uso de estrategias discursivas

Ahora bien, sabemos que el estudio de la lingüística histórica requiere el mejor trato posible que uno pueda hacer con datos que son, esencialmente, malos (Labov 1994). Efectivamente, uno no tiene control sobre los testimonios lingüísticos que han llegado hasta nosotros dado que “solo disponemos de aquellos que han sido preservados de una manera fortuita” (Gubitosi 2006: 26); y en este caso en particular, la cantidad de ediciones disponibles para cada año es bastante dispar. Según se puede ver en la lista de fuentes documentales, solo contamos con 14 ejemplares correspondientes al año 1901 (cincuenta y dos páginas), 13 ejemplares del año 1902 (cincuenta y siete páginas) 34 ejemplares del año 1903 (ciento diecinueve páginas), 18 ediciones correspondientes al año 1904 (sesenta y ocho páginas), tres ejemplares pertenecientes al año 1905 (once páginas), un ejemplar de 1906 (cuatro páginas) y uno solo de 1909 (cuatro páginas).

Un periódico viejo solo tiene valor para un lingüista, pero no para la gente común que lo desecha una vez leído. Así, aun cuando *La Bandera Americana* comienza su publicación en 1895, el primer ejemplar que se conserva y al que hemos tenido acceso data de 1901. Por otra parte, y para nuestro infortunio, tampoco se han conservado ejemplares publicados entre los años 1909 y 1917. Por lo tanto, el presente estudio parte de un origen deficitario y dispar: no todos los años pudieron

ser examinados, ni tampoco se analizó la misma cantidad de números editados en cada año.

En este trabajo, analizamos un total de 3847 artículos publicitarios en cincuenta números del periódico publicados a lo largo de los años 1901, 1902, 1903, 1904, 1905, 1906 y 1909. *La Bandera Americana* era una publicación semanal que constaba generalmente de cuatro páginas y cuyos anuncios publicitarios se ubicaban a lo largo de todo el número. Sin embargo, no todas las ediciones contaban con la misma cantidad de páginas, por lo que obtuvimos un promedio de 3,76 páginas por número.

Esto representó un desafío metodológico a la hora de evaluar la cantidad de formas de *vosotros* encontradas, y resolver si es un número significativo o no. ¿Cuál sería la incidencia de la forma pronominal *vosotros* durante los años 1907 o 1908? No tenemos respuesta a esta pregunta pues ningún ejemplar de ese año se ha conservado. Del mismo modo, ¿el uso de la forma *vosotros* empezó en las ediciones correspondientes al año 1901, o en años anteriores? Tampoco tenemos respuesta a esa pregunta pues esos ejemplares se han perdido. Lo que sí podemos argumentar es que las siguientes ediciones del periódico que se conservan, pertenecientes al año 1917, no registran uso alguno de *vosotros* siendo las formas de *usted* y *ustedes* las que concentran el modo alocutivo.

En el siguiente apartado ofrecemos nuestro análisis de los datos.

Análisis y discusión

La tabla 1 nos mostró que la forma *vosotros* no representa una suma mayoritaria en el uso de las estrategias discursivas usadas en los avisos publicitarios publicados en *La Bandera Americana*, ya que solo representa el 9,28% del total de todas las estrategias discursivas analizadas.

Además, si tomamos en consideración solamente el modo alocutivo (tabla 2) vemos que existe una amplia diferencia entre el uso de las formas de *usted/ustedes* y el pronombre *vosotros*, con una diferencia de 37,2 puntos entre ambas estrategias⁴. Es importante mencionar que por el estilo del discurso y la formalidad requerida no se han encontrado formas del pronombre *tú* o *vos* así como tampoco de las formas *vuestra merced/ vuestras mercedes*.

Estrategias discursivas	Vosotros	Usted/ Ustedes
Total N = 1137	357	780
Porcentaje = 100%	31,40%	68,60%

Tabla 2
Modo alocutivo

Para saber si esta diferencia entre el uso de ambos pronombres era significativa, se realizó una tabulación cruzada entre los dos pronombres del modo alocutivo y el año de publicación del periódico en el que se encontraba el anuncio para realizar luego

la prueba de *chi-cuadrado* en el programa estadístico SPSS. Para realizar este análisis, se contempló la cantidad de apariciones de cada pronombre en cada año analizado (1901, 1902, 1903, 1904, 1905, 1906 y 1909) (tabla 3).

Año	Vosotros		Usted/ Ustedes		Total
	N	%	N	%	
1901	46	28,6	115	71,4	161
1902	39	16,9	192	83,1	231
1903	182	38,8	287	61,2	469
1904	79	37,4	132	62,6	211
1905	6	13,9	37	86,1	43
1906	2	16,7	10	83,3	12
1909	3	30,0	7	70,0	10
Total	357	100	780	100	1137

Tabla 3
Tabulación cruzada entre modo alocutivo y año de publicación

⁴ Si bien es cierto que las formas del singular no son equivalentes a las formas de plural, en este caso pensamos que los pronombres utilizados responden a una estrategia deferencial alocutiva independientemente del número del alocutor imaginado.

El resultado de la prueba *chi-cuadrado* sobre estos datos arrojó un valor de $p = .000$ (tabla 4). Sin embargo, la prueba también indicó que un 14,3% de las celdas posee un valor esperado por debajo de 5. Cuando esto sucede en un 20% de la tabla, se considera que el resultado puede verse afectado y que el resultado de la prueba podría no ser tan confiable (McHugh 2013). Por eso, también se consideró la prueba *del coeficiente de probabilidad chi-cuadrado*, que se utiliza cuando las muestras de

algunas de las celdas son demasiado pequeñas. Esta prueba, como se indica en la tabla 4, también arrojó un valor de $p = .000$, por lo que concluimos que la diferencia de uso entre *vosotros* y *usted/ustedes* en los anuncios del periódico *La Bandera Americana* es estadísticamente significativa. La asociación entre ambas variables es de débil a media (Cramer's V = 0.201), lo que puede deberse a la disparidad de datos para cada año.

	Valor	Significancia
Chi-cuadrado Pearson	46.010 ^a	.000
Coficiente de probabilidad	49.295	.000
Cramer's V	.201	.000

Tabla 4
Análisis *chi-cuadrado* y coeficiente Cramer's V

^a2 celdas (14,3%) tienen un valor esperado menor que 5. El valor esperado mínimo es 3,14

La diferencia entre el uso de ambos pronombres en base a los años de publicación se puede ver claramente en la tabla 5, que muestra la frecuencia de uso de *vosotros* y *usted/ustedes* en las ediciones del periódico analizadas. Como se puede observar en la tabla, hubo un incremento en la frecuencia de uso de *vosotros* de 1902 a 1903 y 1904, mientras que con *usted/ustedes* ocurrió lo contrario y esta se redujo. Si bien es cierto que el número de ediciones del periódico analizadas de 1903 es

mucho mayor al número que se analizó en 1902 o 1904, el número de ediciones analizadas estos dos años es similar (13 ediciones en 1902 y 18 ediciones en 1904) y aun así se puede ver un aumento en la frecuencia del uso del *vosotros* (de 3,00 en 1902 a 4,39 en 1904) y una disminución en el uso de *usted/ustedes* (14.77 en 1902 y 7.33 en 1904). A partir del 1905, las tendencias se revierten y el uso de *vosotros* disminuye.

Año	Ediciones examinadas	Vosotros	Frecuencia de uso - Vosotros	Usted/Ustedes	Frecuencia de uso – Usted/Ustedes
1901	14	46	3,29	115	8,21
1902	13	39	3,00	192	14,77
1903	34	182	5,35	287	8,44
1904	18	79	4,39	132	7,33
1905	3	6	2,00	37	12,33
1906	1	2	2,00	10	10,00
1909	1	3	3,00	7	7,00

Tabla 5
Distribución de frecuencias de uso de *vosotros* y *ustedes*

Ahora bien, ¿por qué el periódico elige utilizar una forma de tratamiento que no es la que se usa en la comunidad? ¿Cuál es la razón para usar un pronombre que según los investigadores ya había sido desechado del corpus lingüístico latinoamericano? Creemos que la respuesta a esta pregunta es crucial para comprender el uso de la lengua publicitaria en el Nuevo México de principio del siglo XX. Las variaciones en las frecuencias de uso (tabla 5) coinciden con los datos provistos por Gubitosi (2006, 2013) que demuestran la modificación de los patrones de uso lingüístico de los nuevomexicanos a partir del refuerzo de la identidad hispana, lo que los hizo más similares a los patrones de uso de España. Esta necesidad de identificación que comienza a fines del siglo XIX con el movimiento de los periodiqueros (Meléndez 2005) tiene repercusiones en el lenguaje en los primeros años del siglo XX mostrando la relación que existe entre la lengua de una sociedad y la comunidad que la habla.

Sin embargo, es necesario destacar que el resultado no es una réplica real sino una idealización que tiende a realizar la comunidad imaginada de la que habla Anderson (1983). El corpus muestra una gran confusión respecto de la necesidad o no de usar el pronombre *vosotros* y no hemos percibido diferencias en el tipo de comercio publicitado. Así, por ejemplo, vemos alternancia entre *usted/ustedes* y *vosotros* en varias ramas del comercio. En los

ejemplos 1 y 2 se ve la ambivalencia en la edición del mismo día en dos avisos que publicitan ropa:

Ej. 1) Vengan pronto y logren esta rara oportunidad de comprar barato. Vengan pronto a esta afamada venta y saldrán contentos de nuestro comercio. Busquen la bandera. (Negocio de Luciano Kempenich, aviso publicado el 18 de septiembre de 1903, página 4)

Ej. 2) Si queréis ser bien tratados y economizar vuestro dinero, hacendnos una visita. (Negocio del Golden Rule, aviso publicado el 18 de septiembre de 1903, página 3)

Pero también puede tratarse de avisos publicitarios que se dediquen a vender licores y cigarros como se ve en los ejemplos 3 y 4:

Ej. 3) Si desean un licor moderadamente barato, experimenten el Alvarado Club Whiskey. (Licorería y Cigarros de Melini & Eakin, aviso publicado el 16 de octubre de 1903, página 5)

Ej. 4) Mandadnos vuestras órdenes y seréis inmediatamente atendidos. (Licorería y Cigarros de Toti & Gradi, aviso publicado el 16 de octubre de 1903, página 7)

O, incluso, un negocio más necesario para la época que no amerita resaltar el carácter deferencial del alocutario pues tiene garantizado de por sí la

venta de sus productos como es el negocio de las ferreterías también muestra ambivalencia entre el uso de *usted/ustedes* y *vosotros*, tal como lo demuestran los ejemplos 5 y 6:

Ej. 5) En este establecimiento encontraréis cualquier implemento de agricultura o minería a precios sin competencia. (Whitney Company, aviso publicado el 3 de agosto de 1901, página 2)

Ej. 6) Si no ha recibido Vd. una copia de nuestro catálogo, escribanos por él de una vez. Mándenos sus órdenes. (Whitney Company, aviso publicado el 10 de abril de 1903, página 2)

Estos últimos ejemplos muestran que la inseguridad lingüística alcanza, además, al mismo negocio, que puede publicar un aviso utilizando ya sea una forma o la otra. Podría alegarse en este caso que los avisos tienen una diferencia de casi dos años entre sí (la mayoría de las publicidades que abarcan a ferreterías eligen un formato neutral de tipo descriptivo a partir de una frase nominal); sin embargo, en la mayoría de los casos, la ambivalencia ocurre de una semana a la otra, o incluso en la misma edición del diario. Así, por ejemplo, en el caso de la licorería y cigarrería de Melini & Eakin (ejemplo 3) se utiliza el *ustedes* en la página 5, pero en la página 8 la misma casa publica un aviso diferente que dice “Mandad por nuestro catálogo y lista de precios” con presencia de la forma imperativa verbal correspondiente al pronombre *vosotros*.

De los ejemplos analizados puede deducirse que hay una gran variabilidad en el uso de las formas apelativas en el período estudiado. Sabemos que el periódico ofrecía la publicación de avisos publicitarios y que, en la época estudiada, funcionaba como una compañía publicitaria (aunque, obviamente, los alcances de este negocio distan mucho de ser equivalentes a los actuales). También sabemos, a partir de la lectura de los diarios, que no existe uso de *vosotros* dentro de los artículos periodísticos y que este uso solo se limita a los avisos publicitarios. En ese sentido, podemos establecer con un alto grado de confianza que el pronombre *vosotros* no era de uso común en la

lengua de la época; sin embargo, el sentimiento de frustración y desesperanza que se incubaba en la sociedad nuevomexicana de fines del siglo XIX y que da origen a la *herencia fantasiosa* mencionada anteriormente (Gubitosi, 2006, 2010; Meléndez, 1997, 2005) provoca profundos cambios en la sociedad nuevomexicana de principios de siglo XX, y esos cambios se ven reflejados en los usos lingüísticos aquí descriptos.

En efecto, si el pasado de los parroquianos nuevomexicanos está entroncado con raíces europeas, se hace necesario dirigirse a ellos de la forma más española posible. Aquí surge, entonces, la confusión en cuanto al uso pronominal, puesto que en España el pronombre *vosotros* ya representaba un tratamiento de solidaridad y confianza, mientras el pronombre *ustedes* era el elegido para mostrar respeto y distancia. En América, sin embargo, la situación es diferente pues se observa una inversión del valor designativo del pronombre donde, al utilizárselo en contextos de mayor formalidad, *vosotros* se vuelve a categorizar “con un contenido opuesto al canónico castellano” (Caravedo, 2005: 29). Por lo tanto, la necesidad de utilizar el lenguaje apelativo para cumplir con el modo alocutario que la publicidad reclama se vuelve ambivalente: ¿cuál es el pronombre de tratamiento que muestra una mayor deferencia hacia el cliente? ¿cuál es la forma que expresa mayor cortesía? Lamentablemente, no tenemos la respuesta a este enigma. Solo podemos deducir que ambas formas de segunda persona de plural eran vistas como apropiadas por la sociedad del momento, ya que las dos formas se usan para la misma función; y que el uso de *vosotros* estaba seguramente inspirado por la idea de conectarse con un pasado español que nunca ocurrió salvo en el imaginario colectivo, y que este deseo era tan profundo que dejó marcas en el lenguaje de la época según se puede observar en las publicidades que aparecieron en *La Bandera Americana* entre los años 1901 y 1909.

Conclusiones

Una de las principales diferencias entre el español que se habla en España y la variedad hablada en América Latina es la existencia en el español peninsular del pronombre *vosotros* como forma de tratamiento en plural y el uso del pronombre *ustedes* con el mismo propósito en el español del continente americano. El pronombre *vosotros* en América se utilizó principalmente durante la época colonial, pero, a diferencia del uso familiar que le otorgan los hablantes peninsulares, *vosotros* adquirió un valor solemne en el continente americano y se utilizaba para expresar un mayor grado de formalidad. Sin embargo, aunque los estudios sobre este pronombre en América señalan que *vosotros* dejó de utilizarse en el siglo XIX, se encontraron ejemplos del uso de *vosotros* en el siglo XX en Nuevo México, Estados Unidos. En este trabajo, se examinaron ediciones del periódico *La Bandera Americana*, publicado en Albuquerque, Nuevo México, para evaluar el uso de *vosotros* en los avisos publicitarios incluidos en esta publicación semanal.

Se analizaron avisos publicitarios de las ediciones de los años 1901, 1902, 1903, 1904, 1905, 1906 y 1909 y las formas de tratamiento presentes en las publicidades se clasificaron de la siguiente manera: modo elocutivo (primera persona singular o plural), modo alocutivo (*usted/ustedes* o *vosotros*), modo elocutivo (tercera persona y expresiones con *se* impersonal) y modo descriptivo (frases nominales sin alusión a un receptor en particular). Si bien estos modos se utilizaban en relativa paridad, nuestros datos indican que el modo alocutivo se empleaba más que los demás modos, con un total del 29,56% de las ocurrencias. Al analizar en profundidad las dos formas encontradas en el modo alocutivo, pudimos ver que existe una diferencia entre el uso de *vosotros* y el uso de *usted/ustedes* en cada uno de los años analizados (1901, 1902, 1903, 1904, 1905, 1906 y 1909), y que esta diferencia es significativa. La frecuencia de uso de *vosotros* alcanza su punto máximo en 1903 y podría corresponderse con el deseo que invadió a los nuevomexicanos de principios del siglo XX de vincularse con un supuesto pasado español a fin de integrarse a la sociedad de Nuevo México y de los Estados Unidos sin sufrir discriminación por su origen mexicano.

Fuentes documentales

La Bandera Americana, Albuquerque, NM. Ediciones de los días:

- | | |
|--------------------------------------|-------------------------------------|
| 3 de agosto de 1901 (5 páginas) | 1 de octubre de 1903 (3 páginas) |
| 10 de agosto de 1901 (1 página) | 16 de octubre de 1903 (8 páginas) |
| 17 de agosto de 1901 (6 páginas) | 23 de octubre de 1903 (3 páginas) |
| 24 de agosto de 1901 (3 páginas) | 6 de noviembre de 1903 (3 páginas) |
| 7 de septiembre de 1901 (3 páginas) | 13 de noviembre de 1903 (6 páginas) |
| 14 de septiembre de 1901 (3 páginas) | 20 de noviembre de 1903 (3 páginas) |
| 21 de septiembre de 1901 (3 páginas) | 27 de noviembre de 1903 (3 páginas) |
| 28 de septiembre de 1901 (4 páginas) | 4 de diciembre de 1903 (3 páginas) |
| 4 de octubre de 1901 (4 páginas) | 11 de diciembre de 1903 (3 páginas) |
| 11 de octubre de 1901 (4 páginas) | 18 de diciembre de 1903 (3 páginas) |
| 18 de octubre de 1901 (4 páginas) | 25 de diciembre de 1903 (3 páginas) |
| 25 de octubre de 1901 (4 páginas) | 8 de enero de 1904 (3 páginas) |
| 1 de noviembre de 1901 (4 páginas) | 15 de enero de 1904 (3 páginas) |
| 8 de noviembre de 1901 (4 páginas) | 22 de enero de 1904 (3 páginas) |
| 21 de febrero de 1902 (4 páginas) | 29 de enero de 1904 (3 páginas) |
| 7 de marzo de 1902 (4 páginas) | 5 de febrero de 1904 (3 páginas) |
| 14 de marzo de 1902 (4 páginas) | 12 de febrero de 1904 (4 páginas) |
| 28 de marzo de 1902 (6 páginas) | 19 de febrero de 1904 (3 páginas) |
| 11 de abril de 1902 (4 páginas) | 26 de febrero de 1904 (3 páginas) |
| 2 de mayo de 1902 (4 páginas) | 4 de marzo de 1904 (3 páginas) |
| 9 de mayo de 1902 (4 páginas) | 11 de marzo de 1904 (4 páginas) |
| 16 de mayo de 1902 (4 páginas) | 18 de marzo de 1904 (3 páginas) |
| 30 de mayo de 1902 (4 páginas) | 1 de abril de 1904 (4 páginas) |
| 8 de agosto de 1902 (4 páginas) | 8 de abril de 1904 (4 páginas) |
| 15 de agosto de 1902 (5 páginas) | 15 de abril de 1904 (4 páginas) |
| 7 de noviembre de 1902 (4 páginas) | 22 de abril de 1904 (4 páginas) |
| 14 de noviembre de 1902 (4 páginas) | 29 de abril de 1904 (4 páginas) |
| 6 de febrero de 1903 (3 páginas) | 20 de mayo de 1904 (4 páginas) |
| 13 de febrero de 1903 (4 páginas) | 24 de junio de 1904 (4 páginas) |
| 20 de febrero de 1903 (3 páginas) | 24 de febrero de 1905 (5 páginas) |
| 27 de febrero de 1903 (3 páginas) | 18 de agosto de 1905 (3 páginas) |
| 6 de marzo de 1903 (3 páginas) | 25 de agosto de 1905 (3 páginas) |
| 13 de marzo de 1903 (4 páginas) | 23 de marzo de 1906 (4 páginas) |
| 20 de marzo de 1903 (3 páginas) | 13 de mayo de 1909 (4 páginas) |
| 27 de marzo de 1903 (3 páginas) | |
| 3 de abril de 1903 (4 páginas) | |
| 10 de abril 1903 (4 páginas) | |
| 17 de abril de 1903 (3 páginas) | |
| 24 de abril de 1903 (3 páginas) | |
| 1 de mayo de 1903 (3 páginas) | |
| 8 de mayo de 1903 (3 páginas) | |
| 15 de mayo de 1903 (4 páginas) | |
| 22 de mayo de 1903 (3 páginas) | |
| 17 de julio de 1903 (4 páginas) | |
| 24 de julio de 1903 (4 páginas) | |
| 14 de agosto de 1903 (4 páginas) | |
| 28 de agosto de 1903 (3 páginas) | |
| 11 de septiembre de 1903 (3 páginas) | |
| 18 de septiembre de 1903 (4 páginas) | |
| 25 de septiembre de 1903 (3 páginas) | |

Referencias bibliográficas

- Bertolotti, Virginia. “‘El problema de vosotros’: Una curiosidad del español europeo fosilizada en América”. *Palabras en lluvia minuciosa veinte visitas a la gramática del español inspiradas por Ángela Di Tullio*, eds. Ignacio Bosque, Sylvia Costa y Marisa Malcuori, Madrid, Iberoamericana Vervuert, 2018, pp. 17-35.
- Burdach Rudlof, Ana M. y Hernán Pons Galea. “Modos y modalidades en el género publicitario de seguros”. *Onomazein*, 8, 2003, pp. 9-18.
- Caravedo, Rocío. “La realidad subjetiva en el estudio del español de América”. *El español en América. Aspectos teóricos, particularidades, contactos*, eds. Ingrid Neumann-Holzschuh, Volker Noll y Klaus Zimmermann, Madrid, Iberoamericana/Vervuert, 2005, pp. 17-32.
- Carricaburu, Norma. *Las fórmulas de tratamiento en el español actual*. Madrid, Arco Libros, 2.^a ed., 2015.
- Cotton, Eleanor Greet y John M. Sharp. *Spanish in the Americas*. Washington, Georgetown University Press, 1988.
- De Jonge, Bob y Dorien Nieuwenhuijsen. “Formación del paradigma pronominal de las formas de tratamiento”. *Sintaxis histórica de la lengua española*, dir. Concepción Company Company, Ciudad de México, Universidad Nacional Autónoma de México/Fondo de Cultura Económica, 2009, pp. 1593-1671.
- Domínguez Hernández, Marlen. “Tratamiento de *vos/vosotros* en una muestra de José Martí”, *Moenia*, 19, 2013, pp. 481-495.
- Ducrot, Oswald. *El decir y lo dicho*. Madrid, Paidós, 1986.
- Fernández Gibert, Alberto. *La Voz del Pueblo: Texto, identidad y lengua en la prensa neomexicana, 1890-1911*. Disertación doctoral, University of New Mexico, NM, 2001.
- Fontanella de Weinberg, Beatriz. “Sistemas pronominales de tratamiento usados en el mundo hispanico”. *Gramática descriptiva de la lengua española*, eds. Ignacio Bosque y Violeta Demonte, Madrid, Espasa Calpe, vol. 1, cap. 22, 1999, pp. 1401-1425.
- Frago-García, Juan A. “El español de América en la Independencia. Adiciones gramaticales I”. *Boletín de Filología*, vol. 46, n° 1, 2011, pp. 47-74.
- Fregoso, Rosa .J. “‘Fantasy Heritage’: Tracking Latina Bloodlines”. *MeXicana encounters: The making of social identities on the borderlands*. Berkeley: University of California Press, 2003, pp. 103-125.
- Gubitosi, Patricia. *La expresión de la pasividad en el discurso hispano en California y Nuevo México 1855-1950*. Disertación doctoral, University of Houston, TX, 2006.
- . “El español de Nuevo México y su uso como lengua pública: 1850-1950”, *Camino Real. Estudio de las hispanidades norteamericanas*, vol. 2, n° 2, 2010, pp. 47- 68.
- . *La expresión de la pasividad en el sudoeste de los Estados Unidos y México (1855-1950)*. New York, Peter Lang, 2013.
- Kany, Charles E. *Sintaxis hispanoamericana*, Madrid, Gredos, 1969.
- Labov, William. *Principles of Linguistic Change. Internal factors*. Vol. 20. Oxford and Cambridge, MA, Blackwell, 1994.

+Lapesa, Rafael. *Historia de la lengua española*, Madrid, Gredos, 1981.

Lipski, John M. *Latin American Spanish*, London/Nueva York, Longman, 1994.

---. “Los dialectos vestigiales del español en los Estados Unidos: Estados de la cuestión. Contactos y transferencias lingüísticas en Hispanoamérica”. *Signo y seña. Revista del Instituto de Lingüística*, n° 6, 1996, pp. 461-489.

McHugh, Mary. “The Chi-square test of Independence.” *Biochemia Medica* 23(2), pp. 143–149. Disponible en <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC3900058/>. Consultado el 23 de febrero de 2020

McWilliams, Carey. *North from Mexico: The Spanish-speaking People of the United States*. New York, Greenwood Press, 1968.

Meléndez Meléndez, Gabriel. *So all is not lost*. Albuquerque, University of New Mexico Press, 1997.

---. *Spanish-language newspapers in New Mexico, 1834-1958*. Tucson: The University of Arizona Press, 2005.

Moreno de Alba, José G. *El Español en América*, México, Fondo de Cultura Económica, 1988.

---. “Sobre la eliminación del pronombre vosotros en el español americano”. *Cuadernos de la ALFAL*, n° 2, 2011, pp. 25-39.

Nieuwenhuijsen, Dorien. “*Vosotros*: surgimiento y pérdida de un pronombre en perspectiva diacrónica y diatópica”, *Actas VI Congreso Internacional de Historia de la lengua española*, 2003, pp. 1-12.

Padilla, Genaro. *My History, Not Yours: The Formation of Mexican American Autobiography*. Madison, WI, University of Wisconsin Press, 1993.

Penny, Ralph. *Gramática histórica del español*. Barcelona, Ariel, 1993.

Simmons, Marc. *New Mexico. A bicentennial history*. New York, Norton & Company, 1977.

Stratton, Porter. *The territorial press of New Mexico, 1834-1912*, Albuquerque, University of New Mexico Press, 1969.

Zamora Vicente, Alonso. *Dialectología Española*, Madrid, Gredos, 1970.