

**EL LENGUAJE Y EL LUGAR DE LA MUJER: SOCIOLINGÜÍSTICA FEMINISTA Y  
VALORACIÓN SOCIAL DEL HABLA FEMENINA**

**A. Virginia Acuña Ferreira**

(Universidade de Vigo)

[virginia@uvigo.es](mailto:virginia@uvigo.es)

**RESUMEN:**

Desde la publicación del libro de Robin Lakoff (2004 [1975]), *Language and woman's place*, una gran parte de las investigaciones sobre lengua y género, procedentes de la Sociolingüística, se ha centrado en resaltar las connotaciones negativas del habla femenina o la "lengua de las mujeres" y en tratar de poner en valor sus aspectos positivos. En este artículo se revisa la trayectoria de estos estudios desde sus inicios hasta las investigaciones más recientes que han puesto el foco en la valoración del habla femenina en el lugar de trabajo. Además, se analiza la representación de los diferentes "lenguajes" de las mujeres y de los hombres en los textos humorísticos digitales, comparándolos con las descripciones peyorativas del habla de la mujer y con los ideales de feminidad que transmiten refranes y textos clásicos en español. Se concluye que la valoración social del habla femenina ha mejorado en los últimos años, pero solo parcialmente, ya que las características que se le asocian se perciben ahora de manera positiva en determinados sectores del mundo laboral, mientras que en otros se mantiene una cultura de trabajo masculina y se identifica la emergencia de prejuicios negativos ante el desempeño profesional de las mujeres directivas. Por otra parte, las representaciones humorísticas de los diferentes "lenguajes" de las mujeres y de los hombres, que se refieren a la comunicación privada dentro de la pareja, proyectan una imagen muy negativa del habla femenina, que está enraizada en las ideologías y estereotipos hace siglos.

Palabras clave: sociolingüística feminista; habla femenina; valoración social; mundo laboral; textos digitales.

**Abstract:**

Since the publication of the book *Language and woman's place* by Robin Lakoff (2004 [1975]), a good deal of the research on language and gender, coming from Sociolinguistics, has focused on remarking the negative connotations of feminine talk or "women's language" and on defending its positive aspects. In this article this research is reviewed from its emergence until most recent studies that have focused on the social value of feminine talk in the workplace. Next, it is presented an analysis of the ways in which the different "languages" of women and men are represented in humorous digital texts, in comparison with pejorative descriptions of woman's talk and ideologies of femininity transmitted in proverbs and classical texts in Spanish. It is concluded that the social value of feminine talk is currently better, but only in part, as the characteristics that are associated to it are now being positively perceived in certain workplaces, while in others it is maintained a masculine work culture and it has been identified the emergence of negative prejudices in relation to the work of female managers. On the other hand, the humorous representations of the different "languages" of women and men, which are referred to private communication with partners project a very negative image of feminine talk, which is based on the ideologies and stereotypes from centuries ago.

Key words: feminist sociolinguistics; feminine talk; social value; workplace, digital texts.

**1. INTRODUCCIÓN**

¿Hablan las mujeres y los hombres de forma diferente? La sociolingüística feminista se ha centrado durante varias décadas en responder a esta cuestión, pero también en analizar cómo se perciben o se valoran socialmente este tipo de diferencias y, especialmente, en establecer el lugar que ocupa el "lenguaje de las mujeres" en la sociedad. En este artículo se revisa la trayectoria de estas investigaciones, destacando el importante cambio que se ha producido en ellas en los últimos años, cuando se observó la necesidad de prestar una mayor atención específica y explícita a lo que constituyen ideologías y estereotipos de género con respecto al uso

de la lengua, distinguiéndolas de las características que presenta el habla de las personas en la realidad. Tras explicar este cambio de perspectiva se revisan las investigaciones más recientes que han puesto el foco en la valoración social y el lugar que ocupa el habla femenina en el mundo laboral, así como en las diferentes actitudes hacia los hombres y las mujeres que desempeñan cargos directivos o roles de liderazgo en las empresas.

Por último, con el fin de abordar las ideologías y estereotipos de género que tienen que ver con el uso lingüístico en el ámbito de la comunicación privada, analizamos cómo aparecen representados los diferentes “lenguajes” de las mujeres y los hombres en las viñetas humorísticas que circulan por la red y que se refieren a la interacción con la pareja. Este análisis se realiza en comparación con los estereotipos e ideologías sobre el habla de la mujer que han transmitido desde hace siglos determinados refranes y textos clásicos en español.

En las conclusiones finales haremos un balance de cómo ha evolucionado la valoración social del habla femenina desde las argumentaciones de Lakoff (2004 [1975]) acerca de las connotaciones negativas que esta presenta, teniendo en cuenta los resultados ofrecidos por las investigaciones más recientes sobre el discurso en el trabajo y las representaciones actuales de la relación lengua y género en textos digitales.

## **2. LA INVESTIGACIÓN SOBRE LAS DIFERENCIAS DE GÉNERO EN EL HABLA**

A lo largo de las últimas décadas, una gran parte de los estudios sobre lengua y género, procedentes de la Sociolingüística, se ha centrado en analizar posibles diferencias en la forma de hablar de las mujeres y los hombres en diversas situaciones comunicativas, así como las ideologías y estereotipos relacionados con el “habla de las mujeres” y con el “habla de los hombres”. Este tipo de investigaciones comenzaron a desarrollarse especialmente a partir de la publicación, en 1975, del libro de Robin Lakoff, *Language and woman's place* (Lakoff, 2004 [1975]), en el que se

argumenta que las mujeres son discriminadas lingüísticamente por el modo en que aparecen representadas en la estructura de las lenguas (en el léxico y en el sistema gramatical), pero también por el modo en que la sociedad espera que hablen y se expresen. El argumento central de este libro es que las mujeres son educadas desde niñas para hablar con excesiva delicadeza y cortesía, evitando el uso de un lenguaje directo y de cualquier forma de expresión que pueda resultar demasiado tajante o "fuerte". Sin utilizar datos empíricos y basándose en sus propias intuiciones, Lakoff sostuvo que las mujeres tienden a hablar de esta manera porque así es como se establece socialmente que debe hablar una "señorita". El problema, según esta autora, es que este estilo de habla, que se considera femenino y por tanto apropiado para las mujeres en distintas sociedades<sup>1</sup>, también puede expresar "inseguridad", "frivolidad" y "falta de poder y autoridad", por lo que su aprendizaje y utilización puede convertirse en un obstáculo para el éxito profesional de las mujeres, especialmente para alcanzar los puestos de mayor responsabilidad, que requieren el desempeño de un rol de liderazgo.

La visión problemática de la "lengua de las mujeres" de Lakoff (2004 [1975]) impulsó numerosas investigaciones empíricas que se centraron en explorar las "diferencias de género" en el habla, a través del análisis de conversaciones coloquiales, de grupos de discusión en situaciones experimentales o de reuniones profesionales. Muchos de estos estudios (realizados mayoritariamente en países anglófonos, véase Acuña Ferreira, 2009) concluyen que las mujeres utilizan con frecuencia las formas de expresión señaladas por Lakoff (2004 [1975]), pero no porque sean hablantes más inseguras, sino porque tienden a ser más corteses que los hombres; se sostiene, por ejemplo, que las mujeres suelen matizar las afirmaciones para no imponer su punto de vista a los demás y no porque duden de lo que dicen (Coates 1988, 1996, Holmes 1995). Mientras que Lakoff interpretaba la cortesía lingüística femenina de forma negativa, como algo relacionado con la posición social inferior que ocupan las mujeres frente a los hombres, en estas investigaciones empíricas el carácter más cortés del habla femenina se valora positivamente como una *habilidad*

*comunicativa*, que demuestra sensibilidad hacia las necesidades de imagen del interlocutor. En estas investigaciones se resalta además que las conversaciones entre mujeres se basan a menudo en el intercambio de confidencias y problemas personales, lo que se interpreta como señal de la importancia que estas conceden a la expresión de apoyo, emociones, empatía y solidaridad a través de la comunicación (Jones, 1980, Coates, 1988, 1996, 1997a, 1997b, Günthner, 1997).

Con el foco de atención puesto en este debate sobre la "lengua de las mujeres", el habla de los hombres fue caracterizada solo de manera implícita durante bastante tiempo, y no comenzó a recibir una atención específica hasta la segunda mitad de la década de los noventa (Johnson, 1997, Johnson & Meinhof, 1997, Coates, 2003). En cualquier caso, lo cierto es que la trayectoria de este campo condujo a la elaboración de una larga lista de "diferencias de género" en el habla, que se interpretaban como evidencias de que las mujeres y los hombres tienen estilos comunicativos que se contraponen en muchos aspectos: a las mujeres se les atribuye un estilo comunicativo indirecto, falta de poder y autoridad, afectivo o emocional, cooperativo, orientado hacia la creación de intimidad y de fuertes lazos de solidaridad con el interlocutor, mientras que el estilo de los hombres se describe como directo, poderoso, informativo, competitivo y centrado en la reafirmación del estatus personal dentro de un grupo (Acuña Ferreira, 2009). Estos estilos comunicativos tendían a atribuirse a todos los hombres y a todas las mujeres, con independencia de las características del contexto comunicativo y de otras categorías sociales como la edad, el origen cultural o la orientación sexual. En los últimos años, esta línea de trabajo se ha criticado mucho precisamente por esta forma tan estática en que se entiende la identidad de género y por el tratamiento que se hace de las mujeres y los hombres como si se tratase de categorías homogéneas, pasando por alto las diferencias que pueden darse dentro de ambos grupos (Bing & Bergvall, 1996; West, Lazar & Kramarae, 2000 [1997]; Acuña Ferreira, 2009). Además, se argumenta que las diferencias establecidas tienden a apoyarse en concepciones estereotipadas de las mujeres y de los hombres, por lo que contribuyen a sostenerlas y a perpetuarlas (Mills, 2003,

Sunderland, 2006). De este modo comenzó a defenderse la necesidad de trabajar dentro de un marco teórico diferente, que explicamos en la siguiente sección.

### **3. LA IDENTIDAD DE GÉNERO COMO UNA REALIZACIÓN CONTEXTUAL**

Las críticas a la búsqueda de "diferencias de género" en el habla defienden un marco teórico basado en las teorías sociales que comenzaron a entender el mundo como una construcción, que se mantiene o se modifica a través de la acción humana (Berger & Luckmann, 1976 [1966]). Subrayando los problemas que plantea el establecimiento de diferencias estables en el habla de las mujeres y de los hombres, las publicaciones más recientes en el estudio de las relaciones entre lengua y género defienden que este se entienda, desde esta perspectiva constructivista, como una realización o despliegue contextual de las características que están asociadas con la "feminidad" y con la "masculinidad" en cada sociedad y cultura (Butler, 2001 [1990]; Hall & Bucholtz, 1995; Crawford, 1995, 2003; Bergvall, Bing & Freed, 1996; Johnson & Meinhof, 1997; Kotthoff & Wodak, 1997; Livia & Hall, 1997; Bucholtz, Liang & Sutton, 1999; Baron & Kotthoff, 2002; Mills, 2003).

El punto de partida en este marco teórico es que en todas las sociedades y culturas se establece que determinados roles y características son "femeninas" o "masculinas", es decir, se elaboran unas *ideologías de género* que varían en mayor o menor medida con el paso del tiempo. Cameron (2003) explica que la ideología de género más extendida y persistente en relación con el uso de la lengua es precisamente la de que existen diferencias estables y bien definidas en la forma de hablar de mujeres y hombres, las cuales están en consonancia con las ideologías más amplias acerca de cómo es su naturaleza; por ejemplo, se considera que los hombres hablan de manera más agresiva y/o competitiva, porque son, por naturaleza, más agresivos y competitivos, o que las mujeres hablan más de sentimientos, porque son, por naturaleza, más sensibles. De este modo se

“naturalizan” las diferencias entre hombres y mujeres y se justifica la distribución sexual de roles y tareas que conducen a la creación de desigualdades entre los dos grupos. Aunque las ideologías de género, incluyendo las que tienen que ver con el uso de la lengua, están presentes en todas las culturas, su contenido también puede variar mucho de unas a otras<sup>2</sup>.

Las ideologías lingüísticas de género, como las ideologías de género en general, definen claramente qué formas de hablar son “femeninas” y apropiadas para las mujeres, y cuáles son “masculinas” y apropiadas para los hombres. La realidad, sin embargo, es mucho más compleja, porque el comportamiento de las personas no siempre se ajusta a esas pautas socialmente establecidas. Pese a la enorme influencia y presión social que estas pueden ejercer, tanto las mujeres como los hombres tienen la capacidad de desafiar las ideologías de género predominantes, de manera consciente o inconscientemente, y en mayor o menor medida. En lo que respecta al uso lingüístico, ser hombre o ser mujer no conlleva necesariamente “hablar como un hombre” o “hablar como una mujer” respectivamente, en todas las situaciones y siguiendo todas las pautas socialmente establecidas para ello. Dentro de esta visión constructivista o *performativa* (Butler, 2001 [1990]), uno de los puntos clave es precisamente esta idea de que las personas son sujetos activos en la creación de sus identidades de género, entendidas de esta forma como algo que se produce, se realiza o se despliega, en gran medida a través del discurso, y no como algo que se posee como una característica inherente, que es lo que se asumía con la búsqueda de diferencias estables. Solo así se puede explicar, por ejemplo, el lenguaje directo, “fuerte” y masculino que emplean algunas mujeres (ministras, presentadoras o comunicadoras) cuando aparecen en los medios de comunicación del Reino Unido (Mills, 2003: 191).

Con esta concepción de la identidad de género como una creación activa y dinámica, que puede variar en gran medida según el contexto y otros aspectos de la identidad social de los hablantes, como la edad, la clase social o la orientación sexual, el objetivo de las investigaciones ya no

es establecer diferencias en el habla de las mujeres y de los hombres, sino analizar las múltiples versiones de masculinidad y feminidad que los individuos pueden realizar discursivamente e identificar los contextos en los que el género adquiere relevancia como construcción social. El estudio de West & García (1988) aplicó esta perspectiva en el análisis de interacciones grabadas en una situación experimental entre estudiantes angloamericanos que no se conocían. Este análisis detectó, por ejemplo, que los hombres cambiaban bruscamente de tema cuando las mujeres empezaban a hablar de sentimientos, una cuestión que se considera "poco masculina". West & García no interpretan este hallazgo como reflejo de la supuesta "insensibilidad" de los hombres, sino como una reafirmación del género en esta situación comunicativa, en la que las mujeres hicieron *trabajo emocional* y los hombres lo evitaron, reafirmando las ideologías de género predominantes en las sociedades occidentales.

Pese a este cambio en la línea de trabajo seguida por los estudios sobre lengua y género, autoras como Holmes (2006) defienden que los resultados de las investigaciones previas que establecen diferencias estables en el habla de las mujeres y los hombres siguen siendo útiles dentro de esta visión performativa, en la medida en que sirven como punto de referencia para el análisis de las feminidades y las masculinidades en el discurso. Las características que se atribuyeron al estilo comunicativo de las mujeres, en contraste con las que se emplearon para describir el estilo comunicativo de los hombres, son reinterpretadas ahora como representaciones del *habla femenina* y del *habla masculina*, de acuerdo con las ideologías de género predominantes, y como recursos en los que los hablantes pueden apoyarse para la construcción de identidades de género.

#### **4. LA VALORACIÓN SOCIAL DEL HABLA FEMENINA EN EL TRABAJO**

Hasta hace poco parecía que uno de los rasgos comunes en las ideologías lingüísticas de género es que valoraban más el estilo masculino que el femenino, independientemente de la cultura, de la época y de cuáles fuesen las características que se atribuyesen a uno y a otro. Sin embargo,



Cameron (2003) sostiene que en las sociedades occidentales la situación ha cambiado drásticamente a este respecto. En contraste con la visión problemática que se transmitió del habla femenina en la década de los setenta en el trabajo de Lakoff (2004 [1975]), debido a su asociación negativa con la frivolidad, la inseguridad o la falta de poder, esta autora argumenta que actualmente las mujeres están muy valoradas por las habilidades comunicativas que se les asocian; para ello cita el anuncio de una compañía telefónica británica, British Telecom, en el que se anima a los hombres a ser tan comunicativos como las mujeres:

1) Anuncio de British Telecom

(Revista *Radio Times*, diciembre de 1994; citado en Cameron, 2003: 455)

Men and women communicate differently. Have you noticed? Women like to sit down to make phone calls. They know that getting in touch is much more important than what you actually say. Men adopt another position. They stand up. Their body language says this message will be short, sharp and to the point. "Meet you down the pub, all right?" That's a man's call. Women can't understand why men are so abrupt. Why can't they share the simple joys of talking as other men have? "Conversation is one of the greatest pleasures of life. But it wants leisure". W. Somerset Maugham. Or, as another writer said, "The conversation of women is like the Straw around China. Without it, everything would be broken".

Otro ejemplo que Cameron (2003) utiliza para reforzar su argumentación en este sentido se basa en la reproducción de una parte de la entrevista realizada por Tyler & Taylor (1997) al director del centro de atención telefónica de una empresa, en la que este explica las razones por las que tienden a seleccionar a mujeres para trabajar en este tipo de servicios de comunicación con el cliente:

2) Entrevista con el director de un centro de atención telefónica

(Tyler y Taylor, 1997: 10; citados en Cameron, 2003: 455)

... We are looking for people who can chat to people, interact, build rapport. What we find is that women can do this more, they're definitely more natural when they do it anyway. It doesn't sound as forced, perhaps they're used to doing it all the time anyway... women are naturally good at that sort of thing. I think they have a higher tolerance level than men... I suppose we do, yes, if we're honest about it, select women sometimes because they are women rather than because of anything they've particularly shown at the interview.

Para Cameron (2003), la alta valoración de las habilidades de comunicación de las mujeres que se transmite en estos ejemplos está principalmente relacionada con la importancia que han adquirido las comunicaciones en los últimos tiempos y no tanto con el trabajo de la sociolingüística feminista, es decir, con la imagen más positiva que proyectó gran parte de los estudios sobre las "diferencias de género" en el habla. Por otra parte, Cameron también destaca que esta reciente valoración positiva del habla femenina no ha supuesto una mejora de las perspectivas profesionales de las mujeres o de sus condiciones laborales, ya que sus efectos positivos solo se aprecian, por el momento, en el gran número de teleoperadoras que se contratan en distintos países, y este es un trabajo generalmente precario, de salarios bajos y jornadas a tiempo parcial. Se calcula que dos tercios de los trabajadores en este sector son mujeres jóvenes, a las que se contrata por sus "presumed "feminine" characteristics, primarily aptitude for communication and personal skills" (Glucksmann, 2004: 797).

Al margen del sector de las telecomunicaciones, los estudios sociolingüísticos más recientes sobre género y discurso en el mundo laboral ofrecen un panorama en el que las características asociadas con el habla femenina tienen escasa presencia en otros sectores y/o se perciben como inadecuadas. Holmes & Schnurr (2006), por ejemplo, destacan las ventajas de las *prácticas relacionales* en el ámbito laboral<sup>3</sup>, es decir, de las prácticas discursivas que se orientan a mantener buenas relaciones sociales con los demás y a crear un ambiente de cordialidad en el trabajo; su análisis de interacciones grabadas en diversos centros de trabajo de Nueva Zelanda, dentro del *Language in the Workplace Project* (LWP), reveló que este tipo de prácticas, asociadas con el habla femenina, son realizadas tanto por hombres como por mujeres en el sector de la educación y en empresas u organismos que tratan directamente con los clientes o que ofrecen servicios sociales. En cambio, en las fábricas y en las empresas de informática se fomentaba una cultura de trabajo masculina, notablemente marcada por los patrones comunicativos tradicionalmente asociados con los hombres y con la masculinidad.

La investigación de Ostermann (2003) compara el estilo discursivo de las mujeres que trabajan con víctimas de violencia de género en dos instituciones de Brasil: un centro de atención feminista y una oficina de la policía. Aunque las víctimas eran atendidas por mujeres en ambos casos, las formas de interacción de las trabajadoras en cada uno de estos centros eran muy distintas; en el centro feminista se empleaba un estilo de comunicación cooperativo, centrado en el despliegue de solidaridad, mientras que en la oficina de la policía se empleaba un estilo menos colaborativo, más descortés y distante, que Ostermann interpreta en parte como señal de que las trabajadoras trataban de adaptarse al sistema policial, dominado por las normas tradicionales de comportamiento masculino.

Por otra parte, los estudios que analizan el discurso de las personas que ocupan puestos directivos en las empresas y cómo son percibidas en ellas resaltan las dificultades a las que se enfrentan las mujeres. Martín Rojo & Garí (2002) analizan entrevistas y grupos de discusión que se mantuvieron con trabajadores y trabajadoras sobre la forma de actuar y de hablar de sus superiores. En general, los resultados indican que las jefas fueron valoradas muy negativamente, tanto si empleaban modelos de comunicación femeninos como masculinos; su uso de un lenguaje indirecto, asociado con las mujeres, se consideraba falta de seguridad o una señal de su carácter manipulador y "retorcido", como se aprecia en el siguiente ejemplo:

3) -Yo, pienso que las mujeres son un poco más retorcidas eh?

¿MÁS RETORCIDAS?

-... sí. A la hora de decirte algo, en lugar de decirte eres un "hijo de puta", dicen que: "Tú, no estás seguro, de que tu madre comerciase con su cuerpo y...". (Grupo de mujeres subordinadas en la administración, Martín Rojo y Garí, 2002: 133).

El tratamiento de temas personales o el intercambio de confidencias son otros rasgos asociados con las mujeres y el habla femenina. Pese al papel positivo que este tipo de discurso puede desempeñar en el ámbito laboral, como una forma de reforzar lazos de solidaridad y de minimizar las

diferencias de estatus, su práctica por parte de las jefas es juzgado también negativamente como una falta de capacidad para separar el ámbito privado del profesional y de nuevo como reflejo de su carácter manipulador. Este tipo de críticas proceden especialmente de las subordinadas:

- 4) ENTONCES, A MÍ, ME DA LA IMPRESIÓN DE QUE LAS JEFAS QUIEREN QUE SE SEPARE; LO QUE ES EL MUNDO DE LA VIDA PRIVADA Y TAL. DEL MUNDO DEL TRABAJO. ¿PERO.NO ACABAN DE CONSEGUIRLO?

-No. Es que además, mi jefa, en mi caso, me pregunta directamente. y no me exige. Pero sí que presiona para que le cuente todo lo que pasa alrededor mío. Luego, tengo la sensación de que lo utiliza un poco en mi contra. O sea, para cuando...

-Son muy liantas

-... sí. Eso, muy lianta...

-... tremendamente liantas. **Ya, lo somos por naturaleza. Pues, imagínate encima con poder** (Grupo de mujeres subordinadas de la Administración, Martín Rojo y Garí, 2002: 134).

Por otra parte, utilizar un estilo más autoritario y masculino tampoco conduce a una valoración positiva de las jefas, sino todo lo contrario, ya que en este caso se considera que son "super agresivas". En las opiniones vertidas por los participantes en este estudio se dibujan dos modelos de jefas, las "acojonadillas" que carecen de autoridad y las que abusan de ella:

- 5) Pues que.está por ejemplo, la típica conservadora y **acojonadilla** y tal, pues sería eso, la que se conforma con su puesto. Y la **superagresiva**, que pasa al lado, te pisa el pie y encima **te grita**: Anda... (Grupo de varones subordinados empresa privada, Martín Rojo y Garí, 2002: 135).

Martín Rojo & Garí (2002) resaltan además el contraste que se da con respecto a las opiniones sobre los jefes, que pueden estar valorados positivamente aun cuando se comunican de una forma que está asociada con el otro sexo; destacan que en su caso no se cuestiona su valía profesional y que su empleo de un discurso más femenino, marcado por el tratamiento de temas personales y de otros rasgos propios de un estilo relacional "los presenta además como entrañables, sensibles, es decir, casi perfectos" (2002: 142).

El análisis de Mullany (2007) del discurso en dos empresas de Nottingham, en el Reino Unido, ofrece resultados similares; aunque las estrategias discursivas asociadas con la feminidad y con la masculinidad eran empleadas tanto por hombres como por mujeres, en las entrevistas con los trabajadores se puso de manifiesto cierta hostilidad hacia las directivas que empleaban un lenguaje poderoso y masculino, ya que estas eran descritas como "bossy", "bombastic" y "dragon-like".

En su libro *Gendered talk at work*, Holmes (2006) demuestra que el habla en el trabajo puede impregnarse de género de múltiples formas, analizando datos procedentes del *Language in the Workplace Project* (LWP), obtenidos con la grabación de interacciones en centros de trabajo de Nueva Zelanda. Lejos de establecer diferencias estables en el comportamiento lingüístico de los y las profesionales que participan en las interacciones, su análisis hace también hincapié en el hecho de que los usos lingüísticos que indican feminidad son a veces realizados por hombres y vice versa. Sin embargo, Holmes también pone de relieve las estrategias que algunas mujeres directivas ponen en práctica para tratar de conciliar su identidad de género y su identidad profesional discursivamente, es decir, para realizar su rol de liderazgo evitando críticas a su falta de feminidad o de competencia para este cargo. Para ello analiza con detenimiento el discurso de una mujer directiva que trabaja en una empresa con una cultura de trabajo muy masculina y concluye que esta adoptaba "a slightly ironic and distant, but very functional, 'queenly' persona, which resolved the problems of authority, but also allowed her to express her femininity when appropriate" (Holmes, 2006: 55). Esta autora también resalta el caso de una mujer directiva que adoptaba un rol maternal de forma humorística en las reuniones de trabajo como estrategia para ejercer liderazgo y expresar feminidad al mismo tiempo, o cómo el humor era empleado con frecuencia por las mujeres que ocupan este tipo de cargos como estrategia para suavizar las críticas.

## **5. REPRESENTACIONES HUMORÍSTICAS DEL "LENGUAJE DE HOMBRES Y MUJERES"**

Algunos estudios sobre lengua y género han puesto el foco en el modo en que aparece representada el habla de las mujeres en los refranes y textos clásicos de diversas lenguas (Lozano Domingo, 1995, Romaine, 1999, Mitkova, 2007). Estas representaciones realizan básicamente dos tareas: describen el habla de las mujeres de forma peyorativa, asociándola con el chisme y la charlatanería, el engaño, el fingimiento o la manipulación, y establecen cómo debe ser el comportamiento lingüístico y comunicativo de la mujer, es decir, expresan ideologías de género sobre el habla femenina, sobre cómo debe ser el habla de las mujeres. Como señala Mitkova (2007):

Es cierto que existen también refranes que expresan una actitud positiva hacia la mujer. Pero la desproporción sigue siendo más que significativa. Además, gran parte de los refranes que a primera vista parecen favorables al sexo femenino, en realidad, ensalzan las virtudes de un paradigma de mujer que es reflejo de lo que los hombres y la sociedad patriarcal esperan de ella. (Mitkova, 2007: 90)

Una de las características más destacadas de forma peyorativa en los refranes sobre el habla de las mujeres de diversas lenguas es la charlatanería, su supuesta tendencia a hablar demasiado y a difundir chismes y cotilleos de forma maliciosa. Este estereotipo de la mujer charlatana y chismosa ha sido explicado como un intento de controlar y restringir el habla entre mujeres, debido a su percepción como una amenaza para la sociedad patriarcal (Rysman, 1977), y también como fruto de una ideología que establece el silencio como virtud femenina; como ha señalado Spender (1980: 40; citada en Lozano Domingo, 1995: 33): "Cuando el silencio es el estado deseado para una mujer... cualquier conversación que mantenga puede ser excesiva". Lozano Domingo (1995: 21) destaca también cómo "el ideal de feminidad transmitido por los textos y refranes de nuestra tradición no es hablar sino callar". Véanse, como ejemplos, los siguientes extractos de *La perfecta casada*, de Fray Luis de León (1992 [1583]):

- 6) Así como la naturaleza hizo a las mujeres para que encerradas guardasen la casa, así las obligó a que cerrasen la boca (Fray Luis de León, 1992: 175 [1583], citado en Lozano Domingo, 1995: 27)

Como son los hombres para lo público, así las mujeres para el encerramiento; y como es de los hombres el hablar y el salir a la luz, así de ellas el encerrarse y cubrirse (Fray Luis de León, 1992: 181 [1583]; citado en Lozano Domingo, 1995: 27)

Desde hace siglos, por tanto, el habla de las mujeres ha sido objeto de descripciones peyorativas y de prescripciones ideológicas acerca de cómo debería ser. En la sociedad actual, sin embargo, parece que tiende a hablarse más de los diferentes “lenguajes” que emplean las mujeres y los hombres, y de los numerosos malentendidos que por ello se producen entre los dos grupos, dentro de las relaciones de pareja. Dos libros de los años 90, *Men are from Mars, women are from Venus*, de John Gray (1992), y *You just don't understand*, de Deborah Tannen (1990), explican en qué se diferencian estos “lenguajes” o estilos comunicativos de género, con el fin de que los lectores y las lectoras puedan comprender mejor a sus parejas y evitar los malentendidos que se producen en la comunicación cotidiana dentro de estos contextos. En una línea similar, actualmente se publican en la red numerosos artículos y blogs que describen brevemente este tipo de diferencias de género, ofreciendo consejos sobre cómo interpretar el lenguaje del “sexo opuesto” para mantener una relación de pareja más satisfactoria o tener más éxito en las relaciones heterosexuales en general.

Observando los contenidos que circulan por la red sobre esta cuestión, da la impresión, no obstante, de que son más abundantes los que se centran en el “lenguaje de las mujeres” y que este está por tanto bastante más problematizado que el “lenguaje de los hombres”. Además de los artículos y los blogs, este tipo de contenidos aparecen en viñetas humorísticas, que son las que me gustaría abordar en esta sección, en la medida en que también constituyen representaciones de la relación lengua y género, aplicadas especialmente a la comunicación dentro de la pareja. Se encuentran, por ejemplo, viñetas como las que recoge la Figura 1, que transmiten en clave humorística la idea de que es enormemente difícil comprender a las mujeres; no he encontrado una viñeta del mismo tipo que transmita esta misma idea en relación con los hombres:



**Figura 1: Cómo entender a las mujeres**

Otras viñetas elaboran más esta idea desde un punto de vista humorístico, presentando una lista de frases supuestamente propias del habla de las mujeres, acompañadas por su “traducción”. En este caso sí que se encuentran viñetas semejantes referidas al habla de los hombres, así como otras que abordan el “lenguaje de hombres y de mujeres” de forma comparativa. A continuación me centraré en analizar estas últimas, precisamente por esta perspectiva comparativa que aportan. Transcribo y comento en primer lugar el contenido que se refiere a los hombres en este tipo de viñetas y después abordaré la parte que se refiere a las mujeres.

Las frases que se atribuyen a los hombres y su correspondiente “traducción” son las siguientes:

7) *Lenguaje de hombres*

1. *Tengo hambre = Tengo hambre*
2. *Tengo sueño = Tengo sueño*
3. *Estoy cansado = Estoy cansado*
4. *Hablemos = Estoy tratando de impresionarte para que pienses que soy un hombre profundo y accedas a tener sexo conmigo*
5. *Pareces tensa... Te doy un masaje? = Primero te meto mano, y después lo hacemos*
6. *Bailas? = Quiero sexo contigo*
7. *Te gustaría ir al cine? = Quiero sexo contigo*
8. *Quieres salir a cenar? = Quiero sexo contigo*



9. *Te quieres casar conmigo? = Quiero que sea ilegal para ti acostarte con otro hombre*
10. *Qué te pasa? = Qué tipo de trama auto-inventado te afecta hoy?*
11. *Estás enfadada? = Me imagino que esta noche nada de sexo...*
12. *Yo también te quiero = Vale? Contenta? Podemos empezar con el sexo ya?*
13. *Qué bien te queda = Qué buena estás!!*

En 7), las tres primeras frases caracterizan a los hombres por su uso de un lenguaje claro y directo, ya que lo que dicen se corresponde exactamente con lo que piensan o con la traducción que se ofrece de sus palabras (tengo hambre = tengo hambre; tengo sueño = tengo sueño; estoy cansado = estoy cansado). Un gran número de frases aparecen presentadas como una estrategia que los hombres utilizan para conquistar o seducir a las mujeres y conseguir sexo con ellas: se muestran dispuestos a hablar (hablemos = estoy tratando de impresionarte para que pienses que soy un hombre profundo y accedas a tener sexo conmigo), ofrecen un masaje (pareces tensa... te doy un masaje? = primero te meto mano, y después lo hacemos), invitan a bailar o a ir al cine (bailas? = quiero sexo contigo; te gustaría ir al cine? = quiero sexo contigo). De forma similar, otras frases están presentadas como una estrategia para complacer a las mujeres, a veces también con el único fin de tener sexo con ellas, y ocultan un sentimiento de fastidio ante las necesidades afectivas de ellas, que aparecen representadas como exageradas y ridículas (yo también te quiero = vale? Contenta? Podemos empezar con el sexo ya?; qué te pasa? = qué tipo de trauma auto-inventado te afecta hoy?). Hay preguntas que ocultan el deseo de tantear las posibilidades de tener sexo con la mujer (estás enfadada? = me imagino que esta noche nada de sexo...) y frases que la halagan de forma galante por su aspecto, ocultando una visión sexual del mismo (qué bien te queda = qué buena estás!). Por último, la propuesta de matrimonio se presenta, una vez más, como algo ligado a las relaciones sexuales, como una forma de "asegurarse" legalmente que la mujer no podrá acostarse con otro hombre (te quieres casar conmigo? = quiero que sea ilegal para ti acostarte con otro hombre).

En general, por tanto, los hombres aparecen caracterizados por su uso de un lenguaje directo y por su empleo de numerosas estrategias para conquistar o complacer a las mujeres con el único fin de tener sexo con ellas. Además, estas formas de complacer a las mujeres encierran una crítica a las necesidades afectivas de ellas, presentadas como exageradas o ridículas.

Básicamente, puede concluirse que los hombres aparecen representados como personas "simples", que hablan de forma directa y que solo tienen un objetivo en la relación con su pareja: el sexo. Esta conclusión se refuerza cuando se observa la caracterización que se hace en contraste del "lenguaje de mujeres", que transcribo a continuación:

#### 8) Lenguaje de mujeres

1. *No = sí*
2. *Sí = No*
3. *Tal vez = No*
4. *Tú verás = Como lo hagas te mato*
5. *Lo siento, pero... = Lo volveré a hacer igual*
6. *Decide tú = Pero haz lo que digo yo*
7. *Haz lo que quieras = Pero lo pagarás caro*
8. *No, no estoy enfadada = Por supuesto que estoy cabreadísima, imbécil*
9. *Te estás durmiendo? = No te duermas*
10. *Esta noche estás muy cariñoso = No tengo ganas de hacer el amor, pesado*
11. *No me mires de esa manera = Me encanta que me mires con esa cara de salido...*
12. *Estoy gorda? = Dime que estoy buenísima*
13. *Apaga la luz = Tengo celulitis*
14. *Quiero cambiar estas cortinas = Y las alfombras, y la pintura, y los muebles...*
15. *Necesitaríamos... = Yo quiero*
16. *Tenemos que hablar = Necesito quejarme de algo*
17. *Me quieres? = Te voy a pedir algo*
18. *Cuánto me quieres? = Y cuesta mucho dinero*

Lo primero que llama la atención de esta parte que se centra en el "lenguaje" de las mujeres es que contiene cinco frases más que la parte que se refiere a los hombres. Además, la forma en que estas aparecen representadas resulta bastante más compleja. Para empezar, a las mujeres se les atribuye un lenguaje profundamente contradictorio en las tres primeras frases, cuya traducción nunca se corresponde con lo que dicen sus palabras, e incluso dice exactamente lo contrario (no= sí, sí = no, tal vez = no). Nótese el gran contraste con las tres primeras frases que se atribuían a los hombres en 7).

A continuación, varios enunciados presentan a la mujer expresándose de manera indirecta para evitar que su pareja se duerma (estás durmiendo? = no te duermas), para rechazar el sexo (esta noche estás muy cariñoso = no tengo ganas de hacer el amor, pesado), para recibir un cumplido (estoy gorda? = dime que estoy buenísima), y para conseguir que su pareja acceda a comprar algo costoso (me quieres? = te voy a pedir algo; cuánto me quieres? = y cuesta mucho dinero). Nótese que estos últimos enunciados le atribuyen, además, una personalidad materialista y manipuladora, pero hay otras frases que también la caracterizan indirectamente de diversas formas en cuanto a su carácter o personalidad; las frases 12 y 13 indican una obsesión o excesiva preocupación por la apariencia física (estoy gorda? = dime que estoy buenísima; apaga la luz = tengo celulitis), y la 16 una necesidad afectiva de quejarse y desahogarse también excesiva (tenemos que hablar = necesito quejarme de algo); recuérdese que la caracterización del lenguaje de los hombres en 7) también incluía una crítica implícita a esta necesidad femenina de afecto en la frase 10 (qué te pasa? = qué tipo de trauma auto-inventado te afecta hoy?).

Finalmente, son numerosos los enunciados que caracterizan a la mujer por su fingimiento o insinceridad; en varios de ellos, la mujer ofrece falsamente a su pareja la libertad de decidir sobre algo (tú verás = como lo hagas te mato; decide tú = pero haz lo que digo yo; haz lo que quieras = pero lo pagarás caro) o proponiéndole algo que supuestamente beneficiaría ambos, pero que en realidad solo le interesa a ella misma (necesitaríamos...

= yo quiero); otros enunciados aparecen presentados como una falsa disculpa (lo siento, pero... = lo volveré a hacer igual), una falsa negativa (no, no estoy enfadada = por supuesto que estoy cabreadísima, imbécil) o un falso rechazo a la mirada masculina (no me mires de esa manera = me encanta que me mires con esa cara de salido...). Al mismo tiempo, estos enunciados presentan a la mujer ocultando o disimulando su temperamento y su placer al sentirse deseada sexualmente por el hombre, y le atribuyen un carácter dominante, vengativo y manipulador. La frase 14 (quiero cambiar estas cortinas = y las alfombras, y la pintura, y los muebles...) resalta específicamente su obsesión por la decoración de la casa y, una vez más, su carácter manipulador.

En general, se puede concluir que las mujeres aparecen representadas de este modo como personas muy "complicadas", en contraste con la "simpleza" atribuida a los hombres; además, su lenguaje contradictorio, indirecto e insincero no solo resulta extremadamente difícil (o imposible) de comprender, sino que además encubre numerosos rasgos negativos de su personalidad o de su carácter. Aunque tanto los hombres como las mujeres y sus respectivos "lenguajes" aparecen caricaturizados y exagerados, lo cierto es que los contenidos que se refieren a las mujeres las presentan de una forma mucho más negativa. Mills (2008: 143) también comenta esta viñeta humorística sobre el "Lenguaje de hombres y mujeres", que recibió por e-mail, y destaca que, pese al tratamiento humorístico y aparentemente igualitario que en ella se hace de esta cuestión, sus contenidos hacen hincapié en estereotipos negativos que han estado tradicionalmente asociados con las mujeres, mientras que la caracterización de los hombres resulta bastante más positiva. El foco principal está en lo que puede parecer un nuevo estereotipo sobre la mujer, que podemos llamar el de la "mujer incomprensible", pero lo cierto es que los contenidos que aparecen en este tipo de viñetas guardan estrecha relación con las ideologías y estereotipos de hace siglos.

Por ejemplo, tradicionalmente se ha mantenido que la mujer debe ser siempre "dulce" y nunca "brava y áspera"; esta idea se transmite, por ejemplo, en *La perfecta casada*, de Fray Luis de León (1992 [1583]):

- 9) ...entre todas las virtudes sobredichas... la buena mujer se ha de esmerar en ésta, que es ser sabia en su razón y apacible y dulce en su hablar... Porque una mujer necia y parlera... es intolerable negocio. Y, ni más ni menos, la que es brava y de dura y áspera conversación, ni se puede ver ni sufrir. (Fray Luis de León, 1992: 174 [1583], citado en Lozano Domingo, 1995: 44)

Nótese que esta expresión "dulce" establecida como ideal de feminidad puede conducir al empleo de un lenguaje indirecto en muchas ocasiones, y que esta es precisamente una de las principales características atribuidas al habla de las mujeres, no solo en las viñetas humorísticas que estamos abordando, sino también en la bibliografía sobre lengua y género. Por otra parte, la búsqueda de esta "dulzura" conllevaría también la ocultación de las emociones "fuertes" o del temperamento, ya que de lo contrario se daría esa imagen "brava" o "áspera" que la mujer siempre debe evitar. En el texto humorístico que nos ocupa, varios de los enunciados y pensamientos atribuidos a la mujer implican justamente una docilidad y resignación falsa, que oculta emociones muy negativas: tú verás = como lo hagas te mato; haz lo que quieras = pero lo pagarás caro; no, no estoy enfadada = por supuesto que estoy cabreadísima, imbécil.

Pero el fingimiento y la insinceridad que se ha fomentado implícitamente como ideal de feminidad desde hace siglos va más allá de la contención emocional y abarca también la expresión de deseos y sentimientos. En *El sí de las niñas*, Leandro Fernández de Moratín criticó estos ideales como la causa de que las niñas fuesen educadas "en el arte de callar y mentir":

- 10) Ve aquí los frutos de la educación. Esto es lo que se llama criar bien a una niña: enseñarla a que desmienta y oculte las pasiones más inocentes con una páfida disimulación. Las juzgan honestas luego que las ven instruidas en el arte de callar y mentir... Con tal que no digan lo que sienten, con tal que finjan aborrecer lo que más desean... ya están bien criadas, y se llama excelente educación la que inspira en ellas el temor, la astucia y el silencio de un esclavo. (Leandro Fernández de Moratín, 1989: 263 [1806], citado en Lozano Domingo, 1995: 45).

La ocultación de los deseos y de los sentimientos se refiere especialmente al ámbito de la sexualidad y de las relaciones con los hombres. En su análisis de los ideales de feminidad que transmiten

determinados textos clásicos en español, Lozano Domingo (1995: 41) resalta que "aunque le gustara un hombre con locura la mujer debía fingir cierto desinterés, algo que no parece haber cambiado mucho desde el Renacimiento hasta hoy". En la viñeta sobre "Lenguaje de hombres y mujeres" hay un contenido que se refiere precisamente a este tipo de fingimiento por parte de la mujer: *no me mires de esa manera = me encanta que me mires con esa cara de salido*. Por otra parte, el establecimiento de este falso desinterés como parte del comportamiento femenino ideal guarda relación con el lenguaje contradictorio que también se atribuye a la mujer en las tres primeras frases de esta viñeta (*no = sí, sí = no, tal vez = no*) y que evoca la conocida descripción de Voltaire de las claves del comportamiento de un diplomático y de una dama:

- 11) Cuando un diplomático dice *sí*, quiere decir "quizá";  
cuando dice *quizá* quiere decir "no";  
y cuando dice *no*, no es un diplomático.  
cuando una dama dice *no*, quiere decir "quizá";  
cuando dice *quizá*, quiere decir "sí"  
y cuando dice *sí*, no es una dama. (Voltaire, citado por Lozano Domingo 1995: 42)

Nótese que estas claves excluyen la posibilidad del *sí* como respuesta inequívocamente afirmativa para una dama y que todavía hoy el "no" de una mujer es algo que a menudo no se interpreta literalmente, sino que se cuestiona como una negativa falsa; en general, este lenguaje contradictorio tradicionalmente asociado con las mujeres continúa siendo en la época actual una de las razones por las que se culpa a las mujeres de los problemas y "malentendidos" que surgen en sus relaciones con los hombres, especialmente en todo lo que concierne a las relaciones sexuales.

En general, por tanto, puede concluirse que la representación del habla de las mujeres y de los hombres en las viñetas humorísticas que circulan actualmente por la red están principalmente enfocadas a reforzar un estereotipo aparentemente nuevo, el de la "mujer incomprensible", que en realidad tiene sus raíces en los ideales de feminidad establecidos desde hace siglos. Además, yo argumentaría que el lenguaje indirecto, contradictorio e insincero que se le atribuye de forma tan negativa en este tipo de textos (al igual que en los refranes y en los textos de épocas

pasadas) es en parte resultado, irónicamente, de las mismas pautas de comportamiento femenino ideal que se han establecido tradicionalmente, en la medida en que estas han fomentado una expresión "dulce" por encima de todo y con ello implícitamente la necesidad de ocultar, disimular o fingir pensamientos, deseos y emociones.

Por último, me parece importante destacar también, de acuerdo con Mills (2008: 143), que estas representaciones humorísticas contemporáneas ilustran el "sexismo indirecto" que caracteriza a la sociedad actual, frente a épocas anteriores en las que los mensajes sexistas solían transmitirse de manera explícita; actualmente, sin embargo, parece que los mensajes sexistas tienden a ser transmitidos de manera encubierta, a través de estrategias como el humor en este caso, que permite relacionar los contenidos con fines de entretenimiento y de este modo desvincularlos del sexismo, a pesar de que se basan fundamentalmente en las ideas y estereotipos que han estado tradicionalmente asociados con las mujeres de forma muy negativa.

## **6. Conclusiones finales**

Desde sus inicios en la década de los setenta, y especialmente a partir de la publicación de *Language and woman's place* de Robin Lakoff (2004 [1975]), la sociolingüística feminista ha enfocado la valoración social del habla femenina, asociada con las mujeres, como una cuestión importante en la articulación de desigualdades de género, destacando las connotaciones negativas que esta presenta y tratando de revalorizarla desde una perspectiva mucho más positiva.

Casi cuarenta años después, las investigaciones más recientes han demostrado que los patrones de comunicación estereotípicamente femeninos, que ponen énfasis en la función afectiva y relacional del lenguaje, no solo son empleados por mujeres, sino también por hombres, y que actualmente están muy valorados en sectores como el de las comunicaciones o el de la educación, y por lo general en aquellos trabajos en los que el trato con el cliente desempeña un papel esencial. En las fábricas y en otro tipo de empresas, sin embargo, se mantiene el

predominio de los estilos discursivos que han estado tradicionalmente ligados a la masculinidad y a los hombres. En estos lugares de trabajo, las mujeres directivas se encuentran en una situación en la que su identidad de género y su identidad profesional entran en conflicto, tal y como predijo Lakoff (2004 [1975]), ya que son valoradas negativamente tanto por su supuesta falta de competencia si emplean un estilo discursivo femenino, como por su falta de feminidad si utilizan un estilo masculino. Este conflicto no parece darse en el caso de los hombres, que son valorados positivamente, aun cuando construyen un discurso estereotípicamente femenino.

Al margen del mundo del trabajo, en este artículo también se ha dedicado un espacio a los textos digitales que abordan los diferentes "lenguajes" de las mujeres y los hombres desde el punto de vista de los "malentendidos" entre ambos grupos y de las relaciones de pareja. Concretamente, el foco se ha puesto en los contenidos de las viñetas humorísticas que circulan por la red, analizando cómo aparece representada en ellas la relación lengua y género. Pese a que este tipo de mensajes humorísticos se centran en la construcción de lo que podría parecer un nuevo estereotipo del habla femenina, que he llamado el de la "mujer incomprensible", el análisis de los contenidos revela que estos constituyen en realidad una especie de reciclaje de los estereotipos tradicionalmente asociados con las mujeres y su lenguaje indirecto, contradictorio e insincero. En general, la imagen que se proyecta de las mujeres en este tipo de viñetas resulta muy negativa, mientras que los hombres aparecen caracterizados de forma más positiva; la perspectiva que se adopta en ellas es una perspectiva androcéntrica, masculina, que se transmite en clave de humor, lo que confirma la tendencia a la transmisión indirecta o encubierta de mensajes sexistas en la sociedad actual, frente al sexismo explícito que caracterizó a épocas pasadas (Mills, 2008).

Aunque las formas de habla asociadas con las mujeres y con la feminidad están actualmente bien valoradas en determinados sectores del mundo laboral, en otros sectores se mantiene una visión del discurso profesional y de los roles de liderazgo que todavía está firmemente ligada a



la masculinidad y que conduce a la emergencia de prejuicios negativos con respecto a la actuación de las mujeres directivas. Por otra parte, los contenidos digitales sobre los diferentes "lenguajes" de las mujeres y los hombres reproducen en gran parte las ideologías y estereotipos de hace siglos, por lo que continúan transmitiendo una imagen muy negativa del habla femenina.

De cara al futuro, creo que lo más importante es que la sociolingüística feminista siga haciendo hincapié en las ideologías y estereotipos de género como tales, demostrando la compleja realidad del discurso de las personas y los aspectos positivos que presentan tanto el discurso masculino como el femenino en la práctica, en la línea de lo que ya han hecho algunos trabajos recientes como el de Holmes (2006), que fomentan la idea de que la flexibilidad en el empleo de ambos estilos discursivos constituye una habilidad muy valiosa para lograr una comunicación efectiva en el trabajo. Por otra parte, es importante que no dejen de abordarse las ideologías y estereotipos sobre los "lenguajes" de las mujeres y de los hombres que se refieren al ámbito de la comunicación dentro de la pareja, destacando la reproducción de los mismos en muchos contenidos digitales y cómo esta puede conducir a la perpetuación de mensajes sexistas que no benefician en absoluto a las relaciones entre los sexos.

## **Referencias**

- Acuña Ferreira, A.V. (2009). *Género y discurso. Las mujeres y los hombres en la interacción conversacional*. Múnich: Lincom.
- Baron, B. & Kotthoff, H. (eds.) (2002). *Gender in interaction. Perspectives on femininity and masculinity in ethnography and discourse*. Amsterdam: John Benjamins.

- Berger, P.L. & Luckmann, T. (1976 [1966]). *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Bergvall, V., Bing, J. & Freed, A. (eds.) (1996). *Rethinking language and gender research: Theory and practice*. Londres: Longman.
- Bing, J. & Bergvall, V. (1996). The question of questions: Beyond binary thinking. En V. Bergvall, J. Bing & A. Freed (eds.), *Rethinking language and gender research: Theory and practice* (pp. 1-30). Londres: Longman.
- Bucholtz, M., Liang, A.C. & Sutton, L. (1999). *Reinventing identities. The gendered self in discourse*. Nueva York: Oxford University Press.
- Butler, J. (2001 [1990]). *El género en disputa: el feminismo y la subversión de la identidad*. México: Paidós.
- Cameron, D. (2003). Gender and language ideologies. En J. Holmes & M. Meyerhoff (eds.), *The handbook of language and gender* (pp. 447-467). Oxford: Blackwell.
- Coates, J. (1987). Epistemic modality and spoken discourse. *Transactions of the Philological Society*, 110-131.
- Coates, J. (1988). Gossip revisited: Language in all-female groups. En J. Coates & D. Cameron (eds.), *Women in their speech communities. New perspectives on language and sex* (pp. 94-122). Londres: Longman.
- Coates, J. (1996). *Women talk. Conversation between women friends*. Oxford: Blackwell.
- Coates, J. (1997a). The construction of a collaborative floor in women's friendly talk. En T. Givón (ed.), *Conversation. Cognitive,*

- communicative and social perspectives*. Amsterdam: John Benjamins, 55-89.
- Coates, J. (1997b). One-at-a-time: The organization of men's talk. En S. Johnson & U.H. Meinhoff (eds.), *Language and masculinity* (pp. 107-129). Oxford: Blackwell.
- Coates, J. (2003). *Men talk. Stories in the making of masculinities*. Oxford: Blackwell.
- Crawford, M. (1995). *Talking difference. On gender and language*. Londres: Sage.
- Crawford, M. (2003). Gender and humor in social context. *Journal of Pragmatics* 35, 1413-1430.
- Fernández de Moratín, L. (1989 [1806]). *El sí de las niñas*. Edición de René Andioc. Madrid: Castalia.
- Fletcher, J.K. (1999). *Disappearing acts: Gender, Power, and Relational Practice at Work*. Cambridge, MA: MIT Press.
- García Mouton, P. (2003). *Así hablan las mujeres: curiosidades y tópicos del uso femenino del lenguaje*. Madrid: La esfera de los libros.
- Glucksmann, M.A. (2004). Call configurations: Varieties of call centre and divisions of labour. *Work, Employment and Society* 18(4), 795-811.
- Gray, J. (1992). *Men are from Mars, women are from Venus*. Londres: Element Greenwood Press.
- Günthner, S. (1997). Complaint stories. Constructing emotional reciprocity among women. En H. Kotthoff & R. Wodak (eds.), *Communicating gender in context* (pp. 179-218). Amsterdam: John Benjamins.

- Hall, K. & Bucholtz, M. (eds.) (1995). *Gender articulated. Language and the socially constructed self*. Londres: Routledge.
- Holmes, J. (1995). *Women, men and politeness*. Londres: Longman.
- Holmes, J. & Schnurr, S. (2006). Doing "femininity" at work: more than just relational practice. *Journal of Sociolinguistics* 10(1), 31-51.
- Holmes, J. (2006). *Gendered talk at work. Constructing gender identity through workplace discourse*. Oxford: Blackwell.
- Johnson, S. (1997). Theorizing language and masculinity: A feminist perspective. En S. Johnson & U.H. Meinhof, U.H. (eds.), *Language and masculinity* (pp. 8-26). Oxford: Blackwell.
- Johnson, S. & Meinhof, U.H. (eds.) (1997). *Language and masculinity*. Oxford: Blackwell.
- Jones, D. (1980). Gossip: Notes on women's oral culture. *Women's Studies International Quarterly* 3, 193-198.
- Keenan, E. (1974). Norm-makers, norm-breakers: Uses of speech by men and women in a Malagasy community. En R. Bauman & J. Sherzer (eds.), *Explorations in the ethnography of speaking* (pp. 125-143). Cambridge: Cambridge University Press.
- Kotthoff, H. & Wodak, R. (eds.) (1997). *Communicating gender in context*. Amsterdam: John Benjamins.
- Lakoff, R. (2004 [1975]). *Language and woman's place. Text and commentaries*. Edición de Mary Bucholtz. Oxford: Oxford University Press.
- Livia, A. & Hall, K. (eds.) (1997). *Queerly phrased: Language, gender and sexuality*. Nueva York: Oxford University Press.

- López García, A. & Morant, R. (1991). *Gramática femenina*. Madrid: Cátedra.
- Lozano Domingo, I. (1995). *Lenguaje femenino, lenguaje masculino. ¿Condiciona nuestro sexo la forma de hablar?* Madrid: Minerva.
- Luis de león, Fray. (1992 [1583]). *La perfecta casada*. Edición de Javier San José Lera. Madrid: Espasa Calpe.
- Martín Rojo, L. & Garí, A. (2002). El obstáculo de ser mujer. Prácticas comunicativas en el trabajo. *Quaderns de Filología. Estudis Lingüístics* VII, 129-143.
- Mills, S. (2003). *Gender and politeness*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Mills, S. (2008). *Language and sexism*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Mitkova, A. (2007). Estereotipos del habla femenina en el refranero español. *Paremia* 16, 89-97.
- Mullany, L. (2007). *Gendered discourse in the professional workplace*. Londres: Palgrave.
- Ostermann, A.C. (2003). Communities of practice at work: gender, facework and the power of habitus at an all-female police station and a feminist crisis interventions centre in Brazil. *Discourse & Society* 14(4), 473-505.
- Romaine, S. (1999). *Communicating gender*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Rysman, A. (1977). How the "gossip" became a woman. *Journal of Communication* 27(1). 176-180.

- Spender, D. (1980). *Man made language*. Londres: Routledge & Kegan Paul.
- Sunderland, J. (2006). *Language and gender. An advanced resource book*. Londres: Routledge.
- Tannen, D. (1990). *You just don't understand. Women and men in conversation*. Nueva York: William Morrow.
- Tyler, M. & Taylor, S. (1997). "Come fly with us": Emotional Labour and the Commodification of Sexual Difference in the Airline Industry. Comunicación presentada en el Annual International Labour Process Conference, Edimburgo.
- West, C. & García, A. (1988). Conversational shift work: A study of topical transitions between women and men. *Social Problems* 35, 551-575.
- West, C., Lazar, M. & Kramarae, Ch. (2000 [1997]). El género en el discurso. En T.A. van Dijk (ed.), *El discurso como interacción social* (pp. 179-212). Barcelona: Gedisa.

---

<sup>1</sup> Aunque las argumentaciones de Lakoff se sitúan dentro del contexto de la sociedad estadounidense, lo cierto es que sus reflexiones sobre las características del "habla de una señorita" son aplicables a otras sociedades y culturas occidentales. Así, en el contexto hispánico se ha resaltado que el "lenguaje femenino" se caracteriza, entre otras cosas, por el empleo de expresiones eufemísticas (López García & Morant, 1991; García Mouton, 2003).

<sup>2</sup> Por ejemplo, en las sociedades occidentales, el lenguaje indirecto está asociado con las mujeres, pero en Madagascar sucede lo contrario, es decir, es a los hombres a quienes se atribuye la habilidad de expresarse indirectamente, mientras se considera que las mujeres son directas por naturaleza (Keenan, 1974).

<sup>3</sup> El término práctica relacional fue introducido por Fletcher (1999: 2), que lo define como 'the ability to work effectively with others, understanding the emotional contexts in which work gets done'.