

**КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ ФІЛОЛОГІЇ
КАФЕДРА РОМАНСЬКОЇ ФІЛОЛОГІЇ**

Yuliia Andriichenko, Nataliia Popova

Genderología lingüística

Дніпро
«Середняк Т.К.»
2024

УДК 811.134.2:81'42

Рекомендовано вченою радою
Навчально-наукового інституту філології
Київського національного університету імені Тараса Шевченка
Протокол № 8 від 26 березня 2024 р.

РЕЦЕНЗЕНТИ:

Данилич В. С., доктор філологічних наук, професор, професор кафедри іспанської та новогрецької філології та перекладу Київського національного лінгвістичного університету

Охріменко В. І., доктор філологічних наук, професор,
Професор кафедри романської філології
Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Yuliia Andriichenko, Nataliia Popova

Genderología lingüística: навчальний посібник — Дніпро: Середняк Т. К., 2024,
— 98 с.

ISBN 978-617-8489-18-2

Навчальний посібник призначено для курсу гендерної лінгвістики, який викладається магістрам-філологам за спеціальністю «Романські мови та літератури (переклад включно), перша – іспанська». Матеріали посібника спрямовані на формування знань про теоретико-методологічні засади розвитку наукових підходів до концепту «гендер» та гендерної лінгвістики, напрацювання вмінь критично аналізувати текст/дискурс з урахуванням гендерного аспекту, створювати умови гендерно рівнісної комунікації, впливати на кінцевий результат міжгендерної комунікативної взаємодії. Матеріали посібника можуть бути корисними філологам-дослідникам, редакторам, копірайтерам, письменникам, журналістам, перекладачам та викладачам іспанської мови.

CONTENIDO

Introducción	3
Parte 1. Enfoques a la categoría del género	6
Parte 2. Historia de los estudios lingüísticos de género	18
Parte 3. Problemas de estudio del género en la lingüística	28
Parte 4. Los métodos de estudios de género	34
Parte 5. Estereotipos de género y su adquisición	42
Parte 6. Identidad de género en el texto y en el discurso	46
Parte 7. Comportamiento comunicativo en la lingüística contemporánea	59
Parte 8. Los medios de comunicación masiva y su influencia en el conento de género	72
Parte 9. Indicadores lingüísticos de género en el habla	83
Literatura	94

INTRODUCCIÓN

Se considera que los fundadores de la lingüística de género moderna son lingüistas británicos y estadounidenses: en primer lugar, S. Bennet, A. Goddard, J. Mills, L. Patterson, D. Spender, J. Williams y otros. El concepto de género lingüístico aborda la relación entre el sexo biológico de una persona con su identidad cultural, sus características psicológicas y diversos tipos de comportamiento. Por lo tanto, las principales tareas de los estudios lingüísticos de género son investigar las peculiaridades del reflejo de género en el lenguaje, así como analizar el comportamiento lingüístico escrito y oral de hombres y mujeres para evitar desigualdad en las relaciones sociales.

Así pues, la lingüística de género se considera una rama independiente de la lingüística que organiza, sistematiza y esboza las perspectivas de desarrollo de este campo de conocimiento, porque hoy nadie tiene duda de la existencia de diferencias significativas entre hombres y mujeres, que tienen un carácter multidimensional y se reflejan en su actividad comunicativa: el factor de género, sin duda, biológica-, psicológica-, social- y culturalmente afecta a la esfera cognitiva, al comportamiento, a la percepción y al uso del lenguaje, a la capacidad lingüística, a la conciencia lingüística y a la competencia lingüística y comunicativa.

Los materiales elaborados aclaran los conocimientos sistémicos primarios sobre la diferenciación de género de la sociedad, presentando la evolución de puntos de vista teóricos, enfoques y conceptos que reflejan la heterogeneidad sexual de la sociedad y las diferencias funcionales relacionadas entre hombres y mujeres. Abordan también sistemas filosóficos diferentes, la mayoría de los cuales están unidos por una orientación patriarcal o masculina, y los comparan con la orientación matrimonial.

El libro consta de 9 capítulos que abarcan el estudio de enfoques científicos a la categoría de «género», aspectos históricos de sus estudios, problemas de los estudios de género en lingüística, métodos de análisis lingüístico, cuestiones de estereotipos de género en el discurso español, incluyendo aspectos psicológicos,

sociales y culturales de la comunicación intergénero, manifestaciones de la estratificación de género en el lenguaje, problemas de estereotipos, de comportamiento comunicativo y el papel del discurso periodístico, publicitario y el de Internet en las relaciones sociales.

La estructura de cada parte consta de material teórico, tareas teóricas y ejercicios prácticos. Las tareas teóricas están elaboradas para recordar el material, desarrollar el pensamiento analítico y la capacidad de tratar temas científicos en español relacionados con el concepto de género. Los ejercicios prácticos desarrollan la capacidad de analizar un texto/discurso desde una perspectiva de género, caracterizar las estrategias de comunicación, determinar las peculiaridades del comportamiento comunicativo de los hablantes e influir en el resultado de las actividades comunicativas. También se proponen tareas de investigación sobre determinados aspectos, con el propósito de desarrollar la capacidad de realizar una investigación científica independiente y presentar sus resultados al público. Para el análisis se proponen textos auténticos en lengua española, los que reflejan la realidad actual de la sociedad hispanohablante y su cosmovisión.

PARTE 1. ENFOQUES A LA CATEGORÍA DEL GÉNERO

1. La lingüística de género actual.
2. Historia de los estudios de género.
3. La noción de género como un problema social.
4. Los paradigmas de la epistemología feminista
5. Los enfoques científicos a la categoría de género.

El inicio de las actividades productivas y técnicas y la formación de la propiedad privada profundizaron las funciones sociales limitadas de los sujetos heterosexuales, lo que también se reflejó en la mayoría de las fuentes escritas antiguas, y la literatura antigua no es una excepción. Los historiadores, filósofos y poetas de la antigua Grecia estaban convencidos de la necesidad de limitar la actividad social de la mujer en el ámbito familiar. Según *Homero, sobre su mujer y sus hijos... cada hombre crea su corte con soberanía*. Según Jenofonte, *los dioses unieron a un hombre y una mujer principalmente para la procreación y para dar apoyo a esta pareja en la vejez, pero su naturaleza es diferente. Él creía que, debido a las diferencias naturales, un hombre y una mujer se necesitan mutuamente, pero llamó al mejor sistema social aquel en el que la esposa será una buena compañera para su esposo en el manejo de la casa*.

El gran pensador antiguo Platón (427–347 a. C.) propuso un enfoque igualitario fundamentalmente diferente y el modelo correspondiente de un estado ideal. Creía que *la justicia en la sociedad solo se puede lograr con la completa emancipación y autorrealización del individuo, independientemente del género. Por su naturaleza, tanto una mujer como un hombre pueden participar en todos los asuntos*, pero al mismo tiempo sugirió que los organizadores del estado tomaran en cuenta las características físicas de una mujer en la distribución de los cargos

públicos. Las ideas de Platón son tan ingeniosas y relevantes en la actualidad, ya que creía que con el tiempo la situación mejoraría y las personas se volverían más tolerantes entre sí.

Pero a diferencia de su maestro Platón, Aristóteles expresó su desacuerdo fundamental sobre la equivalencia social de hombres y mujeres, aunque estuvo de acuerdo con la equivalencia en el sentido biológico. Creía que *el hombre es por naturaleza superior y la mujer inferior* y afirmaba categóricamente la conveniencia de extender este principio a toda la humanidad. Explorando las funciones culturales de la familia, el filósofo no fue menos categórico al oponer hombres y mujeres. Comparó el poder familiar de un esposo sobre su esposa con el poder de un político, y el poder de un padre sobre sus hijos con el poder real. Consideró el aforismo «El silencio sirve de aderezo a la mujer» como un ideal social.

Al corregir el plegado de los enfoques opuestos: igualitarios y patriarcales para el análisis de la estructura de roles de género de la sociedad y teniendo en cuenta las opiniones de Platón y Aristóteles en este proceso, los designaremos como «líneas» y también rastreamos su desarrollo en la Edad Media.

En ese momento, el modo de producción feudal dominaba en Europa y Oriente. Los pocos reclamos de mujeres para participar en actividades pedagógicas, médicas y militares encontraron una oposición activa por parte del clero. Hasta el día de hoy, un hombre judío dice: «Bendito seas, Señor, Dios nuestro, Señor Altísimo, por no haberme creado mujer».

En el islam, la necesidad de la subordinación de lo femenino a lo masculino se derivó tanto de motivos biológicos como económicos. Al mismo tiempo, se estaban despertando los primeros brotes de secularización de varios aspectos de la actividad de la sociedad y del individuo. Pero algunos representantes del pensamiento filosófico árabe-musulmán desarrollaron la tradición platónica (Muhammad Ibn Dawud al-Isfahani, Abu al-Walid Muhammad Ibn Ahmad Rushd, etc.), consideraron el problema de la relación de los sexos, la felicidad de una mujer como parte integrante de una sociedad ideal. Creían que las mujeres bien podían convertirse en filósofas, gobernantes y líderes militares.

La tendencia a repensar las cuestiones religiosas y seculares también se rastreó durante la desintegración de los cimientos del feudalismo y el surgimiento de los cimientos del modo de producción burgués. Los humanistas burgueses y los «socialistas utópicos» de los siglos XV–XVII estaban cerca de las ideas antiguas sobre la conveniencia de expandir los derechos de las mujeres en la sociedad y la necesidad de considerar cuidadosamente las habilidades del individuo para un tipo particular de actividad. Criticaron duramente el orden social reproducido a lo largo de los siglos, en el que, únicamente por la pertenencia biológica al sexo fuerte, el hombre ejerce un dominio cultural indiviso, dominando al sexo débil, la mujer.

El pensamiento filosófico y sociológico europeo occidental identificó cuatro enfoques principales para el estudio de este conjunto de problemas, que deberían definirse como conservador-patriarcal, liberal, feminista e igualitario:

- 1) conservadores antifeministas (P. J. Proudhon, O. Comte, A. Schopenhauer, F. Nietzsche, etc.), absolutizando las características biológicas de los sexos, contrastaron el propósito cultural de un hombre y una mujer: es como un «público», ella como «familia». Los conservadores interpretaron el proceso de feminización exclusivamente de manera negativa, declarando cualquier intento de una mujer de expandir los límites de la autorrealización en la sociedad como «arte del diablo»;
- 2) los partidarios del enfoque liberal (G. Spencer, M. Michelet, S. Shashkov, D. Milyutin) intentaron superar la unilateralidad del análisis conservador-patriarcal de la posición de la mujer en la sociedad. Consideraron necesario y posible ampliar parcialmente los derechos legales y el alcance de la actividad profesional de la mujer para armonizar y humanizar las relaciones sociales, y lo asociaron al progreso social. Fuera de la vista de los partidarios de este enfoque permanecieron los determinantes económicos, demográficos, políticos y espirituales que dieron lugar a siglos socioculturales, incluido el estatus profesional secundario de las mujeres;
- 3) un enfoque socioeconómico (feminista) para el análisis de la posición de la mujer en la sociedad, que era una alternativa a los dos anteriores, fue propuesto por representantes de la escuela filosófica marxista (K. Marx, F. Engels, A. Bebel, etc.) Más tarde, gracias a los esfuerzos de los socialdemócratas de Europa Occidental, se

transformó en una especie de enfoque feminista, que anticipó los cambios revolucionarios asociados con la práctica de la construcción socialista. Las obras clave fueron las obras marxistas, que señalaron que el principal requisito previo para la liberación de la personalidad femenina es la participación de «todo el sexo femenino» en la producción social;

4) los representantes del enfoque igualitario son pensadores destacados (S. Mill). Su mérito común en términos teóricos es mostrar la pertinencia e importancia de analizar la posición de la mujer en la sociedad como un problema independiente, identificando su relación con otros problemas sociales, argumentando fundamentos metodológicos y vías para superar las limitaciones de los enfoques conservador-patriarcal y feminista, y en la práctica - un esbozo de las direcciones de optimización funcionamiento de las mujeres en la sociedad.

En el libro de Stuart Mill «La subordinación de la mujer» la cuestión de la mujer se define como el proceso de liberación de toda la mitad de la humanidad, ganando independencia y, por tanto, como una cuestión de orden mundial razonable. Desarrollando las ideas de Platón se pronunció a favor de la creación de un *verdadero hombre* a través de la soledad de los principios masculino y femenino. Vieron el ideal social no en la igualdad mecánica de los derechos de ambos sexos, a la que aspiraban las feministas, sino en la afirmación de los principios de masculinidad y feminidad, *en la mutua complementación de estos principios*.

En la teoría del interaccionismo dramático, el género se considera tanto una fuente como un resultado de la interacción psicológica, cultural y social. El autor de esta teoría, E. Hoffman, presentó el mecanismo para construir el género, introduciendo el concepto de exhibición de género en la ciencia. Interpreta el componente de género como una relación social básica, como un atributo de cualquier situación de vida. Los medios para expresar el género de una persona son los actos convencionales formales (modelos de comportamiento). Cierta tipo de cultura de género presupone la existencia de prácticas estándar, sin embargo, con la democratización a gran escala de las relaciones sociales, los estereotipos de género están cambiando.

Los conceptos descritos se convirtieron en las fuentes de la teoría de la construcción social del género, fundamentada en los trabajos de P. Berger y T. Lukman (años 80 del siglo XX), considera el género como un mundo de interacción entre *masculino* y *femenino*, explica los mecanismos de formación, reproducción y transmisión de ciertos tipos de conciencia, comportamiento, relaciones sociales.

El nuevo concepto de deconstrucción de las relaciones de género nació de la constatación del carácter efímero de los intereses comunes de las mujeres. Las feministas de color han cuestionado la corrección de la categoría «mujer» en sí. La rápida acumulación y desarrollo del conocimiento de género y otros conceptos ha enfrentado a los investigadores con la necesidad de sintetizarlos, de pasar de teorías particulares a teorías generales.

La epistemología feminista (la teoría del conocimiento) es también un requisito previo esencial para los estudios de género como ciencia. La cognición se lleva a cabo en el marco de varios paradigmas:

- ✓ el empirismo feminista,
- ✓ el posicionamiento,
- ✓ el posmodernismo y
- ✓ el constructivismo social.

Los empiristas buscan expandir los límites de los estudios de género a través del estudio de la experiencia de la privación femenina y el deseo de lograr una vocación superior en la sociedad. **Los posicionistas** comparten el punto de vista de los empiristas sobre la necesidad de un *punto de vista femenino* en la ciencia moderna. **Los posmodernistas** afirman que el movimiento feminista sobre las mujeres y el género es solo una visión alternativa del sistema de estratificación social. Básicamente, desafían el feminismo, creyéndolo fragmentario y, por lo tanto, impotente para cambiar el orden patriarcal existente. **Los constructivistas** se oponen a los representantes de los tres enfoques mencionados, creyendo que el mundo social está construido. Se centran en la diversidad de la *experiencia femenina*. Esto es en parte cierto, sin embargo, la constante absolutización de las diferencias conduce

inevitablemente al relativismo, al reconocimiento de todo conocimiento. Análisis de visiones, enfoques y conceptos de género que, junto a una profusión de «granos racionales», encierran un inconveniente muy significativo frente al problema de búsqueda (síntesis) de los fundamentos teóricos y metodológicos de la generología y la creación de un original.

La segunda ola del movimiento feminista en Occidente a fines de la década de 1960 y principios de la de 1970 impulsó el desarrollo de los estudios que ahora se denominan **estudios de género**. La designación estable de todo un campo de investigación interdisciplinaria moderna con el término *género* sigue la tradición de la literatura de investigación en idioma inglés: «género» significa «sexo social» en oposición a «sexo biológico». Género es uno de los conceptos centrales y fundamentales de la sociedad moderna que necesita ser entendido. T. Lauretis hizo una digresión en los diccionarios de varios países sobre los significados de la categoría de género. En el «American Dictionary of the Heritage of the English Language» la palabra «género se define, en primer lugar, como un término de clasificación, incluso como característica morfológica («género gramatical»). Otro significado de la palabra género en este diccionario es «clasificación del sexo; piso». Curiosamente, el inglés (donde no hay ni masculino ni femenino) ha adoptado el género como una categoría referente al género. En el mismo diccionario estadounidense, se puede encontrar otro significado de género: representación. La palabra en sí no tiene una traducción adecuada en ucraniano, y su ortografía y pronunciación se derivan del inglés.

El término *género* se entiende como una representación de las relaciones, mostrando la pertenencia a una clase, grupo, categoría (que corresponde a uno de los significados de la palabra «género» en ucraniano). Así, el género asigna o fija a algún objeto o individuo una posición dentro de una clase y, en consecuencia, una posición relativa a otras clases ya compuestas. Consideramos el concepto de *género* y *sexo* como sinónimos y los entendemos como fenómenos socioculturales y convencionales y como factores discursivos de intensidad variable, y no fenómenos biológicos.

Resumiendo, los enfoques científicos generales occidentales de esta categoría, se puede definir siete enfoques en su interpretación. Así, el género puede ser considerado como:

- ✓ una categoría demográfica social;
- ✓ construcción social;
- ✓ subjetividad;
- ✓ construcción ideológica;
- ✓ red;
- ✓ tecnología y
- ✓ metáfora cultural.

Existen dos enfoques conceptuales en los estudios de género: la **teoría del determinismo sociocultural** (accidentalismo) y la **teoría del biodeterminismo** (esencialismo). Los defensores del concepto sociobiológico de género señalan las diferencias en el comportamiento de mujeres y hombres, en particular comunicativo, utilizando diferencias psicofisiológicas, las vinculan con diferencias en los procesos del habla y designan las diferencias de género como diferencias de sexo. Los biodeterministas cuestionan la noción de que existen diferencias entre los dos grupos de género tanto fisiológica como socialmente.

En el marco de la dirección socio-determinista se enfatiza que las ideas sobre «masculinidad» y «feminidad», junto con el comportamiento comunicativo, se construyen precisamente, y no simplemente se reflejan en el lenguaje, ya que el lenguaje se presenta como una forma de formación de conciencia. Existen dos enfoques con base científica en dos períodos de desarrollo de los estudios de género, uno de los cuales reemplaza al otro: el enfoque de género se basa en una serie de principios metodológicos, el más importante de los cuales es la relativización del sexo, es decir, el rechazo del biodeterminismo y la interpretación del género como un fenómeno social y culturalmente construido. El reconocimiento del condicionamiento cultural del sexo, su institucionalidad y naturaleza ritualizada conduce también al reconocimiento de su convencionalidad, que se manifiesta de

manera desigual tanto en las diferentes comunidades culturales y lingüísticas, como en las distintas etapas de su desarrollo.

Todo esto nos permite abordar los fenómenos de la masculinidad y la feminidad no como una realidad natural inmutable, sino como productos dinámicos y cambiantes del desarrollo de la sociedad humana, susceptibles de manipulación y modelado social y sujetos a la más fuerte influencia de la cultura y tradición. Sin embargo, a nuestro juicio, los enfoques sociodeterminista y biodeterminista se oponen aún hoy, en diversas formulaciones del concepto de género, se diferencia la relación entre los conceptos de género y sexo. Se puede explicar la relación entre los conceptos de sexo y género como un todo y una parte: «El sexo consiste en sexo biológico y sexo sociocultural, en el que, a su vez, debe distinguirse un componente social y cultural-simbólico». Al mismo tiempo, sexo y género están relacionados entre sí no como género y especie, sino como un todo y una parte.

En otra interpretación, un concepto más amplio es *género*, que une sexo biológico y social:

Género es una especie de intriga interdisciplinaria, que se basa en el entrelazamiento de muchas ciencias sobre una persona, sobre su no solo biológica, sino también especificidad social y culturalmente determinada, intriga como conjunto de circunstancias, hechos y acciones, en cuyo centro se encuentra una persona.

TAREAS TEÓRICAS

1. ¿Qué enfoques para resolver el «problema de la mujer» propusieron los pensadores antiguos?
2. ¿Cuáles son las diferencias principales entre liberales e igualitarios?
3. ¿Cuáles son los principales conceptos de género y explicación de su contenido? ¿Puede enumerarlos? Diferencie los conceptos de género y sexo.

4. ¿Cuál es la novedad científica y el significado de la investigación feminista ontológica y epistemológica?

5. ¿Cuál es el significado metafórico de la «línea» de Platón – Mill – Fromm respecto a los estudios de género?

6. ¿Cree que las personas que pertenecen a los mismos grupos sociales tienen los comportamientos lingüísticos parecidos? Ponga ejemplos.

7. ¿Considera que hay grupos de edad más innovadores que otros, considerados más conservadores? ¿Existen diferencias de comportamiento lingüístico según el sexo? Ejemplifique.

TAREAS PRÁCTICAS

1. Comente las siguientes definiciones de género del Diccionario académico de Real Academia Española. Explique lo que tienen en común estas definiciones.

1) *m.* Conjunto de seres que tienen uno o varios caracteres comunes.

2) *m.* Clase o tipo a que pertenecen personas o cosas.

Sin.: clase, tipo, especie, categoría, variedad, apartado.

3) *m.* Grupo al que pertenecen los seres humanos de cada sexo, entendido este desde un punto de vista sociocultural en lugar de exclusivamente biológico.

4) *m.* En el comercio, mercancía (cosa mueble).

Sin.: mercancía, mercadería, productos, artículos, existencias.

5) *m.* Tela o tejido. *Géneros de algodón, de hilo, de seda.*

6) *m.* En las artes, sobre todo en la literatura, cada una de las distintas categorías o clases en que se pueden ordenar las obras según rasgos comunes de forma y de contenido.

7) *m. Biol.* Taxón que agrupa a especies que comparten ciertos caracteres.

8) *m. Gram.* Categoría gramatical inherente en sustantivos y pronombres, codificada a través de la concordancia en otras clases de palabras y que en pronombres y sustantivos animados puede expresar sexo. *El género de los nombres.*

<https://dle.rae.es/g%C3%A9nero?m=form>

2. Investigue la terminología del glosario del Centro de Estudios de Género de Madrid sobre el concepto de «género», «estudios de género», «estereotipos de género», «roles de género» y sea capaz de mostrar su visión de estos términos y justificar con ejemplos.

3. Anote los próximos veinte mensajes de Telegram o WhatsApp que reciba en su móvil. Analícelos con atención y descubra las características lingüísticas más importantes que los identifica. ¿Cree que se acercan más al código oral o al escrito? ¿Cuáles son, a su entender, las razones que se imponen para que el emisor de esos mensajes los construya de esa manera?

4. Sitúese en un lugar estratégico de una cafetería o terraza desde donde pueda observar el comportamiento comunicativo de las personas sentadas en las mesas de su alrededor. Anote aquellos fenómenos que le llamen la atención de los clientes de cada mesa. Establezca similitudes y diferencias de comportamiento entre cada una de ellas. Intente explicar las razones de esas diferencias o similitudes.

5. Piense en su conducta lingüística diaria. Trate de explicar por qué no habla del mismo modo con un compañero de clase que con un profesor. Piense, al menos, en cinco situaciones comunicativas en las que perciba esas diferencias de conducta e intente explicar a qué se deben.

6. Lea el título y el fragmento del artículo y explique ¿por qué el léxico utilizado es sexista?

Diez caras bonitas que se verán en Río

Son atletas de alto rendimiento y dueñas de una belleza absoluta.

REDACCIÓN CLARÍN



02/08/2016 18:01

Restan apenas tres días para el inicio de los Juegos Olímpicos, la cita deportiva que reúne a los mejores atletas del mundo. Y es, a la vez, una excelente oportunidad para conocer algunas de las deportistas más lindas que participarán en Río de Janeiro. A continuación, una selección. Son 10 mujeres muy bellas, pero podrían ser muchas más.

https://www.clarin.com/deportes/polideportivo/caras-bonitas-veran-Rio_0_HJJdf03O.html

7. Lea el fragmento de una carta y determine el enfoque al problema de género aplicado. Argumente su punto de vista.

FIE en la falsedad de los hombres, cuyas mentes se enloquecen a menudo, y cuyas lenguas no pueden meneárselas tan pronto, sino que en seguida caen en barandilla. ¿Hubo alguna vez alguien tan maltratado, tan masacrado, tan injuriado o maltratado inmerecidamente como nosotras, las mujeres? ¿Lo permitirán los dioses, las diosas suspenderán sus castigos, y nosotras mismas no perseguiremos sus desagavios por tan despreciables prácticas?

<https://web.archive.org/web/20190511075146/http://digital.library.upenn.edu/women/anger/protection/protection.html>

8. Haga una presentación sobre uno de los temas:

- Problemas de género desde la antigüedad.
- Estereotipos de género: la formación y el desarrollo.
- Enfoques científicos en los estudios de género.

PARTE 2. HISTORIA DE LOS ESTUDIOS LINGÜÍSTICOS DE GÉNERO

1. Los estudios de género en lingüística.
2. Las corrientes de la lingüística feminista.
3. Las áreas de desarrollo de la generología lingüística.
4. Los enfoques principales al estudiar el problema de la relación entre lenguaje y género.
5. Las áreas de investigación interdisciplinaria de género.

La prehistoria de los estudios de género en lingüística tiene sus raíces en la antigüedad y está asociada al surgimiento del concepto simbólico-semántico de la categoría de género (género), que lo considera en estrecha conexión con la realidad inmediata: la presencia de personas de diferentes sexos. Esta hipótesis simbólico-semántica fue apoyada por científicos como M. Herder, J. Grimm, W. Humboldt y otros, lo que predeterminó su largo dominio en la descripción lingüística. La hipótesis simbólico-semántica no fue confirmada debido al descubrimiento de lenguajes en los que la categoría de género está ausente. Sin embargo, como parte de la crítica a esta hipótesis y su paulatina sustitución por una explicación morfológica y sintáctica de la categoría de género, se mantuvo invariable el reconocimiento de que la categoría de género en sí misma es capaz de influir en la percepción humana de las palabras y conceptos correspondientes.

El tema de la relación entre lenguaje y género fue periférico en la lingüística, y no se llevó a cabo una investigación sistemática en esta área. Solo a principios del siglo pasado, este tema, el tema del lenguaje y el género, comenzó a surgir por dos razones: en primer lugar, debido al creciente interés de lingüistas de fama mundial (E. Sapir, F. Mautner, O. Jespersen) y, en segundo lugar, en la descripción lingüística

se comienza a plantear un plan social, considerando el lenguaje en relación con la sociedad y la persona en ella. Esto explica el surgimiento de nuevas tendencias en lingüística: sociolingüística, pragmática, psicolingüística, teoría del discurso y comunicación.

A finales de los 60-principios de los 70. En el siglo XX, los estudios de género recibieron un poderoso impulso gracias al Nuevo Movimiento de Mujeres en los EE. UU. y Alemania, como resultado de lo cual apareció una nueva dirección en la lingüística, llamada lingüística feminista (FL - el término fue introducido por L. Push) o la crítica del lenguaje feminista. La obra fundamental fue «Lenguaje y lugar de una mujer» de R. Lakoff, que fundamenta el androcentrismo.

La lingüística feminista tiene dos corrientes:

➤ **la primera corriente** se refiere al estudio del lenguaje con el fin de identificar asimetrías en su sistema, dirigido contra las mujeres. Estas asimetrías se denominan sexismo lingüístico. Hablamos de estereotipos patriarcales fijados en la lengua e imponiendo a sus hablantes una determinada imagen del mundo, en la que se asigna a la mujer un papel secundario y se le atribuyen principalmente cualidades negativas. Los estudios sobre el lenguaje y las asimetrías sexistas se basan en la hipótesis de Sapir-Whorf: el lenguaje no es solo un producto de la sociedad, sino también un medio para moldear el pensamiento y la mentalidad. Esto permite a los representantes de la lingüística feminista argumentar que todos los lenguajes que funcionan en las culturas patriarcales y pospatriarcales son lenguajes masculinos y se construyen sobre la base de una imagen masculina del mundo. Con el advenimiento de las obras de S. Tremel-Pletz «Linguistik and Frauensprache» (S. Tromel-Plotz, 1978), así como de L. Push «Das Deutsche als Mannersprache» (L. Pusch, 1981), la lingüística feminista se volvió aún más extendida en los Estados Unidos y Alemania. Según M. Dmitrieva, los partidarios de la reforma lingüística perseguían los siguientes objetivos:

- 1) hacer más visibles a las mujeres en el idioma;
- 2) eliminar la relevancia de género;
- 3) hacer menos evidente la presencia del género en la lengua.

➤ **La segunda corriente** explora las características de la comunicación en grupos mixtos y del mismo sexo (D. Cameron, J. Coates). Estos estudios se refieren a la función comunicativa-pragmática del lenguaje. El estudio del comportamiento del habla en el marco de esta dirección permitió identificar y describir en detalle las estrategias masculinas y femeninas del comportamiento del habla. Los aspectos específicos de la crítica feminista del lenguaje incluyen su pronunciada naturaleza polémica, su participación en la descripción lingüística de los resultados de todo el espectro de las ciencias humanas (psicología, sociología, etnografía, antropología, historia), así como una serie de intentos exitosos de influir política lingüística.

En la década de 1990, los estudios de género se generalizaron bastante. Se refutó la existencia de lenguajes masculinos y femeninos especiales (generolectos) con características constantes, que fueron descritos una vez por Robin Lakoff. Los lingüistas han llegado a la necesidad de estudiar el habla de mujeres y hombres en un contexto específico. El período de formación del desarrollo primario del componente lingüístico de los estudios de género domésticos y los estudios de género se encuentra en la etapa final. Esta opinión se considera solo parcialmente correcta, ya que su peculiaridad, según D. Tannen, es que no procedían de una ideología feminista, como sucedía en EE. UU. y Europa Occidental, y no tenían una orientación sexista en la investigación. Y la correlación del género gramatical y la categoría extralingüística «género» se estudió en el marco de otras disciplinas – morfología, gramática, lexicología – mucho antes de la formación del concepto feminista del lenguaje y la formación del término «género» en Occidente.

Teniendo en cuenta las peculiaridades de los estudios de género en lingüística, se propone dividirlos en dos grupos. Así, el primer grupo, **la lingüística de género**, explora el lenguaje y el comportamiento del habla utilizando métodos de género, y el objeto del segundo grupo, **la generología lingüística**, es el estudio de la categoría de género utilizando herramientas lingüísticas.

Todos los estudios lingüísticos de género son interdependientes y complementarios, sin embargo, con un análisis detallado, se pueden distinguir seis áreas de desarrollo de la generología lingüística en la lingüística moderna:

- 1) estudios sociolingüísticos de género;
- 2) lingüística feminista;
- 3) los estudios de género propiamente dichos, estudiando el comportamiento lingüístico de ambos sexos;
- 4) el estudio de la masculinidad (la dirección más joven que surgió a fines del siglo XX);
- 5) investigación psicolingüística (en el marco de esta dirección se trabaja en el campo de la neurolingüística, el estudio de la ontogénesis del habla, esto incluye también la dirección biodeterminista que estudia las características y diferencias cognitivas entre hombres y mujeres y sus manifestaciones en habla);
- 6) estudios de lingüística transcultural, incluida la hipótesis de las subculturas de género.

Así, brevemente, se pueden dividir en cuatro áreas: socio- y psicolingüística, lingüística cultural y lingüística comunicativa-discursiva.

En general, al estudiar el problema de la relación entre lenguaje y género y la presencia de ciertos rasgos en el comportamiento verbal masculino y femenino en el momento, se pueden distinguir tres *enfoques principales*:

- 1) un enfoque puramente de género se reduce a la interpretación del carácter exclusivamente social del lenguaje de mujeres y hombres y se dirige a identificar aquellas diferencias lingüísticas que pueden explicarse por las peculiaridades de la redistribución del poder en la sociedad, mientras que el lenguaje es definido como una especie de derivado funcional del idioma principal utilizado en los casos en que los interlocutores se encuentran en diferentes niveles de la jerarquía social. La base teórica de este enfoque fueron los conceptos de M. Foucault y el concepto sociológico de generismo de E. Hoffmann;

- 2) el segundo enfoque es sociológico que reduce el lenguaje «femenino» y «masculino» a las peculiaridades del comportamiento lingüístico de una mujer y un hombre, para él los indicadores estadísticos forman un marco para construir teorías lingüísticas;

3) el tercer enfoque se centra en el aspecto cognitivo de estas diferencias. Para él, resulta que lo principal no es solo determinar la frecuencia de las diferencias y operar con sus indicadores, sino también establecer lo que es difícil de explicar.

Así, el carácter interdisciplinario distingue **dos áreas de investigación**:

1) género como objeto no lingüístico;

2) género como objeto de descripción lingüística,

mientras que se destacan los niveles de metagénero y género. El alcance de la investigación incluye el género como fenómeno cultural, su reflejo en el lenguaje y su construcción en la interacción comunicativa de los individuos. Todo esto hace posible involucrar en el estudio una amplia gama de cuestiones lingüísticas: semántica, pragmática, lingüística cultural, lingüística cognitiva, análisis del discurso, etc.

Según la mayoría de las lingüistas-generólogos, en la actualidad, al estudiar el problema de la relación entre lengua y género y la presencia de determinados rasgos en el verbal femenino y masculino, se distinguen las siguientes áreas de investigación de género:

- identificación de ciertas diferencias en los niveles del lenguaje: fonética, morfología, semántica y sintaxis, así como diferencias en el campo de los estereotipos verbales en la percepción de mujeres y hombres;

- identificación de diferencias semánticas, que se explican por las peculiaridades de la redistribución de funciones sociales en la sociedad – un abordaje exclusivamente desde una perspectiva de género, asociada al carácter social del lenguaje de mujeres y hombres;

- construcción de teorías psicolingüísticas, en las que los lenguajes «femeninos» y «masculinos» se reducen a las peculiaridades del comportamiento lingüístico de mujeres y hombres;

- explicación cognitiva de los indicadores identificados. En este caso, es importante no solo determinar la frecuencia de las discrepancias, sino también establecer una conexión con varios aspectos de la imagen del mundo.

En cada país, el estudio de la relación entre lengua y género tiene sus propias características; en lingüística, el desarrollo de un concepto en particular es de gran importancia, ya que la historia de los conceptos mismos, y el sistema de su oposición a otros conceptos, dependen de una tradición cultural particular.

La especificidad de los estudios de género en la lingüística actual se caracteriza por una serie de factores:

- las características de la lengua en relación con el género de sus hablantes en la lingüística soviética se consideran en el marco de los paradigmas lingüísticos tradicionales: morfología, sintaxis, teoría de la referencia, etc. No se consideró el sexo dentro de una dirección separada, como sucedió en Occidente;

- la dirección de género que se está formando hoy en día se caracteriza por una metodología poco desarrollada y cierta ambigüedad terminológica. Principalmente en lo que respecta a la interpretación del concepto de «género»;

- debido al pequeño número de trabajos de nuestros propios científicos, tenemos que confiar en los trabajos de científicos extranjeros.

Cabe señalar que en los trabajos de lingüistas estadounidenses y alemanes se pueden encontrar conclusiones en todas las áreas de investigación lingüística de género, pero es necesario tener en cuenta los detalles necesarios en relación con las diferencias étnicas y culturales.

Entonces, los estudios de género no tienen una dominante pronunciada. Los investigadores lingüísticos modernos creen que ha habido un giro reciente hacia el discurso en la investigación de la lingüística de género, y el estudio de la interacción del lenguaje y el género se ha convertido, hasta cierto punto, en sinónimo del estudio del discurso y el género. Lo dicho no significa en modo alguno que tipos de análisis como el gramatical, fonológico, léxico, etc. sean menos importantes para la lingüística de género. Al mismo tiempo, el estudio interdisciplinario de los fenómenos discursivos ha ocupado un lugar central en los estudios sobre la interacción del lenguaje y el género.

TAREAS TEÓRICAS

1. ¿Qué novedades aporta el enfoque de género a la descripción lingüística, qué nuevos datos aporta sobre la lengua y su funcionamiento?
2. ¿Cómo se correlacionan los niveles de metagénero y género dentro de un idioma y en comparación con otros idiomas?
3. ¿Cómo influyen la tradición científica y la realidad social en los enfoques del estudio de los aspectos de género del lenguaje y la comunicación?
4. ¿Cómo influyen los factores extralingüísticos en la intensidad de la construcción de género?
5. ¿Cómo cambia la construcción del género en la diacronía? ¿Qué datos para el estudio de la mentalidad de una determinada cultura y su reflejo en la lengua aporta el enfoque de género?
6. ¿Cómo incide la comunicación intercultural en la construcción de la identidad de género? ¿Qué cambios son posibles en esta área y demuestran la dinámica de estos cambios?
7. ¿Qué papel juegan los componentes de género de las representaciones étnicas en este proceso?

TAREAS PRÁCTICAS

1. Elabore un estudio sociolingüístico sobre un corpus de treinta pequeños grabados o pintadas en diferentes lugares (por ejemplo, los bancos de un parque, las mesas de la biblioteca, las puertas de los aseos en lugares públicos). ¿Qué conclusiones obtiene sobre los autores de los mensajes? ¿Y sobre sus potenciales receptores? ¿Qué temas predominan? ¿Qué valoración le merece la combinación de códigos verbales e icónicos en un mismo mensaje? ¿Se combinan, según su impresión, los códigos oral y escrito en los mismos mensajes? Compare esos textos considerándolos como género con otros plenamente establecidos como el refrán o los anuncios publicitarios.

2. Las rutinas comunicativas cotidianas asociadas a las culturas particulares suelen ser causa de malentendidos en las relaciones interpersonales. Trate de recordar alguna situación similar en la que se haya visto involucrado. ¿Cómo y por qué se produjo el malentendido?

3. Para Hymes, un acontecimiento comunicativo es un conjunto de actos de habla coherentes. Por ejemplo, un acontecimiento comunicativo sería el que se da durante el desarrollo de una conversación telefónica entre dos amigos. Cite, al menos, diez tipos diferentes de acontecimientos comunicativos.

4. ¿Conoce expresiones lingüísticas que solo empleen personas de cierta edad, de cierto sexo o de determinado grupo social? ¿Y rasgos fonológicos o morfosintácticos?

5. Establezca el papel que la dialectología tradicional ha tenido en el desarrollo de la disciplina sociolingüística.

6. Comente las diferencias que existen entre los conceptos de sexo y género.
¿Cómo se manifiestan en el comportamiento lingüístico de las personas?

7. Analice estos anuncios y explique por qué algunos tienen el léxico sexista y otros no:

No sexista: "En la fiesta, las personas invitadas..."	Sexista: "En la fiesta, los invitados y sus mujeres..."
No sexista: "El señor Sánchez y la señora González"	Sexista: "El señor Sánchez y la señorita Pili"
No sexista: "El vecindario" "El profesorado" "La población española"	Sexista: "Los vecinos" "Los profesores" "Los españoles"
No sexista: "Los padres y las madres del alumnado" "Las y los usuarios del tren"	Sexista: "Los padres de los alumnos" "Los usuarios del tren"
No sexista: "La mayoría de las personas vinieron acompañadas"	Sexista: "Muchos vinieron acompañados"
No sexista: "Si usted posee un abono podrá viajar gratis" "Se debe tener un abono para poder viajar gratis"	Sexista: "El abonado podrá viajar gratis"

8. Prepare la presentación sobre uno de los temas

- Problemas de género en la diacronía.
- Enfoque de género en la descripción lingüística.
- Realidad social y problemas actuales de género.

9. Lea el trabajo de R. Lakoff «Language and woman's place» (Londres: Harper and Row Publishers), y compile una tabla de diferenciación de género en el uso de medios lingüísticos en todos los niveles del habla oral y escrita.

PARTE 3. PROBLEMAS DE ESTUDIO DEL GÉNERO EN LA LINGÜÍSTICA

1. El género como un fenómeno institucionalizado, ritualizado y sociocultural.
2. El reflejo del género en el lenguaje.

En la lingüística durante mucho tiempo, el factor de género se consideró en la descripción lingüística junto con otras categorías pragmáticas de descripción. El análisis de las relaciones de poder y del discurso feminista en la lingüística estuvo ausente por razones tanto de índole política como social. El análisis de los trabajos disponibles permite identificar una serie de líneas en las que se está llevando a cabo un intenso trabajo de investigación.

En primer lugar, se trata de estudios psicolingüísticos y sociolingüísticos, así como el estudio de los nombres de personas femeninas y masculinas, la categoría de género y los problemas de referencia relacionados. Así, en los términos más generales, el estudio del género en lingüística se refiere a dos grupos de problemas:

- lenguaje y reflejo del género en él. El propósito de este enfoque es describir y explicar cómo se manifiesta en la lengua la presencia de personas de diferentes sexos (en primer lugar, se estudia el sistema nominativo, el léxico, la sintaxis, la categoría de género, etc.), qué valoraciones se le atribuyen a hombres y mujeres, y en qué áreas semánticas se expresan más marcadamente;

- el habla y, en general, el comportamiento comunicativo de hombres y mujeres, donde se destacan las estrategias y tácticas típicas, la elección de unidades léxicas específicas del género, las formas de lograr el éxito en la comunicación, las preferencias en la elección del vocabulario, las construcciones sintácticas, etc.

Sin duda, a la hora de estudiar el comportamiento comunicativo es necesario tener en cuenta el factor género, ya que las instituciones sociales y la cultura que influyen en la socialización de género dictan ciertos estereotipos de comportamiento,

pero también hay que tener en cuenta el estatus, la edad y la pertenencia a un grupo social.

Esta revisión de la historia de la formación de la investigación en estudios de género da motivos para argumentar que es necesario tener en cuenta los factores extralingüísticos e intralingüísticos de la influencia del género en la formación del discurso, tener en cuenta las especificidades étnicas y culturales, que es muy importante para la comunicación intercultural en la era de la globalización.

Así, llegamos a la conclusión de que, en la actualidad, los estudios de género consideran al género no solo como una construcción social, sino también como un fenómeno institucionalizado, ritualizado y sociocultural y su reflejo en el lenguaje, pero también como una construcción en la interacción comunicativa de los individuos, lo que se refleja en el rápido desarrollo de una nueva rama de la lingüística moderna: la generología lingüística.

TAREAS TEÓRICAS

1. ¿Qué unidades lingüísticas tienen la categoría de género en la lengua?
2. ¿Cómo se determina la actitud sexista en el lenguaje?
3. ¿Qué papel desempeñan los contextos lingüísticos y extralingüísticos en la interacción comunicativa?

TAREAS PRÁCTICAS

1. Lea y discuta el artículo de Gabriel García Meseguer «¿Es sexista la lengua española?» (<https://www.tremedica.org/wp->

[content/uploads/n3_GarciaMeseguer.pdf](#)) sobre la metodología. ¿Cómo el discurso de género puede usarse como arma de aniquilar los estereotipos de género?

2. Bisque equivalentes del léxico no sexista que pueden usarse en vez de éstos.

Ser ciudadano. Muchos expertos. Todos los invitados. Los colaboradores. Los licenciados. Estudiantes interesados. Los representantes. Los becarios. Trabajadores autónomos. Profesores habilitados/acreditados. Los estudiantes desempleados. El director del Departamento. Reunión de vicerrectores.

3. Analice el texto desde el punto del léxico sexista:



The image is a screenshot of the website 'ad alerta digital' (www.alertadigital.com) dated Sunday, November 30, 2014. The page features a navigation menu with categories like 'PORTADA', 'ESPAÑA', 'INTERNACIONAL', 'EURABIA', 'ESTADOS UNIDOS', 'IBEROAM', 'SALUD', 'DEPORTES', 'EJÉRCITO', 'TRIBUNALES', 'HISTORIA', 'TURISMO Y OCIO', 'NOTICIAS INSÓLITAS', 'CORAZÓN', 'CIENCIA Y TECNOLOGÍA', 'RELIGIÓN', and 'CINE Y TV'. Below the menu, there are regional editions for Madrid, Andalucía, Baleares, Cataluña, Castilla y León, and C. Valencia. The main article is titled 'El asesinato de María Lage en Vigo, consecuencia de la feminización de las funciones militares y policiales' and has 66456 readings. The article includes a photo of a police car and a portrait of María Lage. The text discusses the feminization of military and police functions and the danger of sending women to deal with dangerous attackers.

ad alerta digital Mañana
www.alertadigital.com
Sin matices ni medias tintas | Domingo, 30 de noviembre de 2014
Buscador
Buscar contenido en Alerta Digital...
PORTADA | ESPAÑA | INTERNACIONAL | EURABIA | ESTADOS UNIDOS | IBEROAM
SALUD | DEPORTES | EJÉRCITO | TRIBUNALES | HISTORIA | TURISMO Y OCIO
NOTICIAS INSÓLITAS | CORAZÓN | CIENCIA Y TECNOLOGÍA | RELIGIÓN | CINE Y TV
EDICIONES > Madrid | Andalucía | Baleares | Cataluña | Castilla y León | C. Valencia
REDACCION | 66456 lecturas
El asesinato de María Lage en Vigo, consecuencia de la feminización de las funciones militares y policiales
Tamaño del texto: + (mayor) / - (menor)
Una mujer policía (María Lage Carreira, de 36 años), asesinada en Vigo. La agente policial murió tras ser abatida a tiros por el atracador de una sucursal bancaria en Vigo, el también fallecido Enrique Lago Fariñas, alias 'el escayolista'. María Lage dijo al asaltante, antes de ser acribillada: "Cálmate, no pasa nada". Consecuencia de la feminización de las funciones militares y policiales. Uno se pregunta en qué cabeza cabe enviar a una mujer a tratar con un peligroso atracador. Hoy, las mujeres quieren jugar a todo, vestirse con todos los disfraces posibles, ir de hombres por la vida, porque "ellas lo valen". La vida real no es un juego. Ahí está la prueba. ¿Qué hacía esa mujer con una pistola en la cadera jugando a policías en lugar de estar educando a uno o varios niños europeos? Respuesta: ponerse en peligro de muerte, hacerse matar por un asesino, que tal vez se lo habría pensado dos veces de haber tenido enfrente a dos hombres con pocas ganas de "dialogar" y "hacer pedagogía" a pie de calle con los criminales.

4. Lea el artículo del mismo accidente que en el artículo anterior. Compare las estrategias de informar, prestando atención a las unidades lingüísticas afectivas. ¿En qué se diferencia el lenguaje de los autores de los dos artículos?

«El día que mataron a Vanessa Lage lloró mucha gente en la comisaría»

E. V. Pita

Actualizado el 14 enero de 2019

La policía de 36 años recibió dos tiros en el cuello al intentar calmar a un atracador armado que salió con una cajera de rehén. Su muerte abrió un debate sobre los chalecos

El portavoz de la Unión Federal de Policía (UFP), Agustín Vigo, vio por última vez a Vanessa María Lage Carreira, de 36 años, tres días antes de morir acribillada por el atracador Enrique Lago. El Escayolista, como era conocido, salió a tiros de una sucursal de Abanca en la calle Doctor Carracido, en O Calvario, con el botín y una cajera como escudo humano el 28 de noviembre del 2014. Otro policía herido, Vicente Allo, sobrevivió al tiroteo. El asaltante fue abatido.

Agustín Vigo recuerda que Lage era afiliada al sindicato y había acudido a un curso. Le interesaban mucho los temas de riesgos de exclusión de extranjeros, todo lo de participación social. «El mazazo fue muy gordo. Ella intentó dialogar con el atracador, le dijo que se tranquilizase, pero no le dio opción. Se aceleró, era gente muy mareada, con antecedentes y un cáncer terminal, no tenía nada que perder. Se llevó a una chica con mucha vida por delante. El día que murió ella mucha gente lloró en comisaría», relata.

Fue un golpe para toda la ciudad. «Conmoción por la muerte de una policía en Vigo», así titulaba La Voz su primera página al día siguiente. El asesinato de Lage obligó a replantearse la seguridad y protección de los agentes de calle, en especial los de la Unidad de Prevención y Respuesta (UPR), grupo al que ella pertenecía. «Ella intervino a pecho descubierto. Entonces la Dirección General de Policía no se tomaba en serio lo de los chalecos, no había preocupación sino una dejadez», dice Agustín Vigo. Llevaban chalecos en el coche, pero quizás Lage hubiese muerto igual porque recibió los tiros en el cuello. Pero desde aquel suceso las cosas han cambiado: los patrulleros usan más la protección. Aún así, muchos agentes de la judicial no lo tienen y los antidisturbios lo comparten. La Voz se ha hecho eco en repetidas ocasiones de esa demanda. «Se muere una persona y ponen parches, no se honró la memoria de Vanessa Lage», dice el portavoz de la UFP.

Agustín Vigo visita una calle cercana al lugar del crimen que ahora lleva el nombre de Vanessa Lage en su honor y muestra una carta que escribieron varios compañeros en su recuerdo. Relata que la policía «entregó su vida cumpliendo con su deber, arriesgando». La misiva asegura que se perdió a una de las mejores profesionales que tuvo y tendrá el Cuerpo Nacional de Policía. Vanessa sabía que si disparaba su arma ponía en riesgo la vida del rehén usado como escudo humano y que, si no lo hacía, ponía su vida en manos de un atracador convicto sin nada que perder. «Hizo lo que solo un pequeño y selecto grupo de grandes personas hicieron en la historia: entregó su vida para salvar la de otra persona a la que no conocía», añaden.

Los compañeros dicen que ella podría haber disparado y acabado con el atracador, «pero muy probablemente también hubiese acabado con la vida de la rehén. En una fracción de segundo tuvo que tomar una decisión muy difícil, su vida, sus sueños, su futuro y el dolor que nos causó a todos con su pérdida o la vida de una perfecta desconocida». La decisión fue clara. «Vanessa honró el uniforme, su placa y a todos y cada uno de los policías nacionales que salen cada día a la calle creyendo que con sus acciones podrán conseguir que nuestra sociedad sea un poquito mejor cuando acaben su servicio».

Aquel fatídico día se perdió algo más importante que una abnegada policía. «Se perdió una joven de 36 años llena de sueños e ilusiones. Se perdió la amada hija de un extraordinario hombre llamado Juan. Se perdió la menor de cinco hermanos para los cuales la falta de Vanessa creó una herida que jamás se cicatrizará, una silla y un plato vacío en la mesa y «la extraña sensación que te hace creer que esto no puede estar sucediendo», señala la carta de sus compañeros.

https://www.lavozdeg Galicia.es/noticia/vigo/vigo/2017/12/17/span-langgl-dia-mataron-vanessa-lage-lloro-gente-comisariaspan/0003_201712V17C4994.htm

TEMA 4. LOS MÉTODOS DE ESTUDIOS DE GÉNERO

1. Los métodos tradicionales de análisis lingüístico.
2. El análisis de contenido.
3. Los métodos etnográficos.
4. El método de análisis de la semiótica narrativa.
5. El concepto de paradigma cognitivo-discursivo.

La base teórica, primero para la crítica feminista del lenguaje, y luego para los estudios de género, fueron los conceptos básicos de la lingüística crítica, así como algunas de las opiniones de W. Humboldt y sus seguidores, así como la famosa hipótesis de Sapir-Whorf o la «teoría de la relatividad lingüística», surgida en parte de las ideas del gran lingüista alemán. Así, según W. Humboldt, el lenguaje es una especie de expresión del espíritu nacional, un cierto «mundo intermedio» que se interpone entre el pensamiento humano y el mundo exterior; es la fuerza que convierte el mundo en ideas, verbalizando y cambiando el mundo mismo. El lenguaje no solo crea una cierta imagen del mundo, sino que también tiene una influencia efectiva en los pensamientos y acciones de las personas.

El análisis lingüístico de los dominantes culturales, en primer lugar, implica el estudio de áreas donde se necesita competencia lingüística, lo que corresponde a ciertos métodos, principalmente la *observación*, la *experimentación* y el *análisis contrastivo*. En general, el cambio de paradigma científico va acompañado del descubrimiento de un nuevo método de investigación. Lo llamamos el paradigma moderno comunicativo-discursivo, pragmático, funcional o cognitivo-comunicativo. O. Selivánova cree que el método funcional, que implica el estudio del lenguaje en acción, es el dominante en el nuevo paradigma. Este método incluye

el análisis del discurso, el análisis pragmático, el análisis de la conversión, etc. Estos métodos también se aplican a las investigaciones lingüísticas de género, fijándose en esta categoría. El material de investigación se recopila mediante muestreo continuo de unidades léxicas y fraseológicas, textos precedentes de diccionarios, colecciones de refranes y refranes, textos de ficción, medios de comunicación de masas.

Aparecen nuevas fuentes de análisis: del estudio de un texto literario, los científicos pasan, por un lado, al estudio del habla de comunidades profesionales, hombres y mujeres, subculturas, pequeños grupos – y, por otro lado, a una descripción de varios tipos de comunicación institucional, diagnósticos lingüísticos y muchas otras áreas, cuyo propósito es obtener información sobre el sujeto hablante.

Cambiar la visión del objeto requirió la inclusión de otros métodos, que incluyen, en particular, el análisis de contenido, los métodos etnográficos, la semiótica narrativa y el análisis crítico del discurso.

El análisis de contenido es un análisis cuantitativo de textos y matrices de texto con el propósito de una interpretación significativa posterior de los patrones numéricos identificados. El análisis de contenido como método científico fue ampliamente utilizado desde las décadas de 1920 y 1930 en los EE.UU. Las investigaciones de esa época consistían muchas veces en calcular el área que ocupaban ciertas secciones en las páginas de los periódicos, o la frecuencia de uso en la ficción de diferentes períodos, de ciertas palabras, partes del discurso, etc.

Uno de los fundadores del análisis de contenido B. Berelson propone la siguiente definición: «El análisis de contenido es una técnica de investigación para una descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido de las comunicaciones». Determina unos tipos de unidades:

- ✓ las unidades físicas representadas por las entidades con límites físicos, geométricos o temporales bien definidos, por ejemplo, copias de un libro, números de periódicos, copias de carteles o folletos, fotografías, etc.

✓ Las unidades proposicionales y las evaluaciones son declaraciones basadas en proposiciones: descripciones de estados de cosas específicos (situaciones) independientemente de la modalidad.

✓ Las unidades macroestructurales son estructuras conceptuales complejas que forman los «pisos superiores» de las ideas humanas sobre el mundo y, en particular, los sistemas ideológicos. A menudo tienen prototipos literarios y folclóricos, lo que se refleja en los nombres. Son bastantes, pero las metáforas, los ejemplos y las analogías son de gran interés para el análisis de contenido.

✓ Unidades poéticas son medios de expresión artística que permiten la medición cuantitativa, por ejemplo, juegos de palabras, aliteraciones, etc.

✓ Unidades referenciales y cuasi-referenciales: designaciones de personalidades reales (tanto figuras modernas como históricas), eventos, ciudades, países, organizaciones, etc. es un bloque enciclopédico de unidades analizadas.

✓ Las unidades semióticas estructurales son los elementos principales de los sistemas semióticos. En el caso del lenguaje natural, esto es:

- vocabulario del idioma (palabras y sus equivalentes, por ejemplo, la expresión empresa ferroviaria o el término análisis de contenido, es decir, lo que está registrado en los diccionarios);
- indicadores gramaticales (por ejemplo, partículas negativas).

El análisis de contenido de las categorías gramaticales es una tarea de investigación bastante rara, cuyo ímpetu es la hipótesis de que el uso de las formas gramaticales, en menor medida que el uso del vocabulario, está controlado por el autor del texto y, por lo tanto, puede servir como fuente de información: tal información sobre él que él mismo no tiene la intención de poner a disposición de los lectores.

✓ Unidades conceptuales y temáticas. En la mayoría de los casos, un analista de contenido no está interesado en palabras, sino en categorías gramaticales, sino en los conceptos, temas, problemas detrás de las palabras que son significativos para él, en otras palabras, lo que se puede llamar unidades conceptuales y temáticas. El procedimiento de investigación analítica de contenido implica una serie de etapas.

En primer lugar, se debe desarrollar un programa de investigación, definir las tareas e hipótesis del estudio, objetos empíricos de análisis y una muestra. Luego se desarrolla una metodología de investigación con documentos de muestra.

Los siguientes *métodos etnográficos* se han utilizado ampliamente en los estudios de género occidentales: profundidad, enfoque, entrevistas grupales, observación participante, historia oral. La inclusión de los llamados métodos etnográficos en el análisis es un enfoque analítico que le permite estudiar la experiencia de vida personal de las mujeres entrevistadas. La etnografía es una «encuesta-participación» y tiene sus aspectos positivos, a diferencia de los cuestionarios tradicionales. En particular, en los estudios del entorno profesional, hay experiencia en el uso de métodos etnográficos como la etnografía retrospectiva, una revisión etnográfica selectiva del nivel educativo y profesional de los sujetos de la subcultura en estudio. El criterio para la revisión selectiva depende de qué tan generalizado permita evaluar las posiciones de dominio masculino en un entorno dado.

La etnografía retrospectiva y dispersiva permite analizar la experiencia personal de los entrevistados en el ámbito de la vida estudiado. Una contribución seria de las feministas a la teoría del conocimiento es el desarrollo de un fenómeno científico como la «biografía intelectual de un científico» (etnografía retrospectiva). Una biografía que describe la experiencia personal de un científico en un área determinada de la vida es de gran importancia científica. Es menos probable que un análisis de una situación específica realizado directamente por un participante en esta situación distorsione la realidad, en contraste con un análisis indirecto realizado esencialmente por extraños que no formaban parte de este contexto social.

La etnografía dispersiva, o el método de la entrevista en profundidad, es una entrevista informal (grupal) en el entorno de la subcultura estudiada. En el proceso de entrevista, el investigador comparte su experiencia y sentimientos con el entrevistado, esperando una franqueza recíproca a nivel personal. El investigador estudia el mundo, siendo parte de este mundo; es un investigador y un investigador al mismo tiempo.

Hay un intercambio informal de flujos de información, un pensamiento lleva a otro, telepáticamente, intuitivamente se resaltan los pensamientos principales. El investigador no hace preguntas directas formales, no hay un registro estricto de preguntas, además de los métodos de análisis etnográficos, los métodos de análisis económico son muy utilizados en los estudios de género: métodos econométricos, estadísticos, de optimización, dinámicos, probabilísticos, de teoría de juegos, etc. Varias escuelas económicas aportan su visión de los problemas planteados en el marco de la teoría feminista: neoclasicismo, economía del bienestar, institucionalismo (análisis de normas y preferencias sociales).

La semiótica narrativa en cierta medida representada en las obras de todos los semióticos (U. Eco, R. Barthes, Yu. Krísteva y otros). La semiótica narrativa estudia principalmente textos artísticos, así como textos jurídicos, periodísticos, religiosos, obras de pintura, cine, arquitectura, etc., considerándolos por analogía con el estudio del lenguaje. La semiótica narrativa a este respecto no hace más que completar la tradición científica anterior: en todas las teorías materialistas y estéticas del pasado, así como en la estética materialista-dialéctica, el arte se caracteriza como una unidad inseparable de momentos sensoriales-materiales e ideales-semánticos, los primeros actuantes como expresivo (fenómeno, hecho, significante), y el segundo – como expresado (significado, esencia, significado, idea) y, por lo tanto, estas teorías se ocupan de relaciones profundas de signos.

Sin embargo, el sistema semiótico y, por lo tanto, el sujeto directo de la semiótica narrativa no es el arte como un todo, sino siempre una obra de arte separada, porque solo dentro de una sola obra operan ciertas analogías con el lenguaje y el habla: se establecen reglas de significado más o menos inequívocas (semiosis), unidades de «diccionario», reglas de «sintaxis» y generación de texto. Según cuál de las analogías nombradas con el lenguaje se reconoce como la más significativa, se distinguen diferentes enfoques. En primer lugar, se llamó la atención sobre las peculiaridades del significado en un texto poético, una especie de sinonimia de conceptos.

El análisis crítico del discurso no se opone en principio a la lingüística del texto, pero el énfasis se traslada de los aspectos estructurales y semánticos a los componentes simbólicos e informativos del texto. Sobre todo, en las obras lingüísticas se pueden encontrar referencias a M. Foucault, quien introdujo el concepto de «prácticas discursivas», es decir, se consideran como algo «similar a un lenguaje», es decir, mecanismos de cognición y cultura similares al lenguaje en su capacidad de estructuración.

El análisis lingüístico está representado actualmente por una gama bastante diversa de estudios, principalmente basados en el análisis de textos como discursos, es decir, con cierto sesgo en la representación de la estructura semántico-sintáctica del texto y su modelo comunicativo-sintáctico. En el marco de la dirección semántico-estructural se calculan predicados, se establecen relaciones referenciales, diversas conexiones dentro del texto (anafóricas, sinónimas, anatómicas), se determina la perspectiva funcional del enunciado (relaciones tema-remáticas), etc.

El modelo comunicativo-semántico está conectado con la problemática de las interpretaciones de contenido, es decir, creación de modelos basados en reconstrucciones, en los que las presunciones del intérprete-lingüista permiten construir retrospectivamente las construcciones semánticas del autor del texto (receptor) y del destinatario. Para crear los modelos se toman datos de la sociolingüística, la antropología y la semasiología.

El análisis del discurso no se opone al análisis lingüístico e intertextual del texto. El enfoque integral, que tiene en cuenta tanto los aspectos comunicativos como cognitivos de la descripción del texto, también está asociado al desarrollo del paradigma cognitivo-discursivo, que actúa como paradigma científico del conocimiento, «que es un intento de sintetizar diferentes puntos de vista en el mismo objeto o alguna forma de combinarlos».

La gran ventaja que aporta la teoría de género radica en su carácter pluralista. La participación de métodos de análisis cuantitativos y cualitativos, el uso de numerosos métodos de diversas ciencias y áreas científicas permite identificar y evaluar de manera integral los problemas de identificación de las mujeres. La teoría

de género hace una gran contribución a la formación de un lenguaje científico unificado, lo que a su vez tiene un efecto positivo en el proceso de acumulación de conocimiento, en acercar nuestro conocimiento a la comprensión de la verdad.

TAREAS TEÓRICAS

1. ¿Cuáles son los métodos tradicionales de análisis lingüístico?
2. ¿Qué es el análisis de contenido? ¿Qué unidades se pueden utilizar para la investigación en el análisis de contenido?
3. ¿Qué métodos etnográficos son ampliamente utilizados en los estudios de género occidentales?
4. ¿Cuál es la diferencia entre la etnografía retrospectiva y dispersiva y la metodología de encuesta tradicional?
5. ¿Cuál es el método de análisis de la semiótica narrativa?
6. ¿En qué dos direcciones se realiza el análisis crítico del discurso?
7. ¿Qué se incluye en el concepto de «paradigma cognitivo-discursivo»? ¿Cómo se relaciona con el paradigma científico del conocimiento?

TAREAS PRÁCTICAS

1. Lea el artículo científico de Ch. Ramírez «Métodos de investigación. Análisis del discurso» (https://www.academia.edu/41187739/M%C3%A9todos_de_Investigaci%C3%B3n_An%C3%A1lisis_del_Discurso). ¿Qué significa «analizar el discurso»? ¿Cómo es posible relacionar la investigación del género con el análisis de discurso?

2. Busque y aprende la información en el libro de Jorgensen, M.W. Phillips, L.J. «Análisis del discurso. Teoría y Método» (Khárkiv: Humanitarian Center, 2004) sobre el enfoque de análisis crítico del discurso de N. Fairclough, su modelo tridimensional y conceptos claves. Preparar la presentación sobre este tema.

3. Compare las investigaciones sociolingüísticas anteriores y las actuales. Plantee una misma investigación llevada a cabo a partir de estas dos perspectivas diferentes.

4. Piense cómo afecta la movilidad a la identidad lingüística de los hablantes. Comente algún caso en su entorno social más próximo donde la movilidad condicione el comportamiento sociolingüístico de los individuos.

PARTE 5. ESTEREOTIPOS DE GÉNERO Y SU ADQUISICIÓN

Los estereotipos de género son ideas socialmente establecidas de cómo deben ser, actuar y comportarse mujeres y varones. Se reproducen y transmiten a través de la socialización desde el momento del nacimiento, no son innatos sino aprendidos y aunque es difícil debido a lo arraigados que están en la sociedad se pueden modificar. Los estereotipos sexistas no tienen su origen ni en los cromosomas ni en las hormonas, son conductas que se adquieren a través del medio y del aprendizaje cultural. El uso del lenguaje va a ser, aunque él no sea sexista, uno de los vehículos más importantes en la transmisión y configuración de dichos estereotipos. Estos estereotipos de género se irán reforzando más tarde en el colegio, a través de las canciones, los materiales didácticos, los libros de texto y lecturas que todavía hoy transmiten y perpetúan los roles tradicionales que han de desempeñar varones y mujeres, aunque no cabe duda de que donde mejor aprendemos la diferenciación de estereotipos es en la propia familia. Es importante destacar que la diferencia de roles en función del género no solo afecta a las mujeres, sino que perjudica también al varón, puesto que en todo momento se les presupone sustentadores de la familia, valientes y decididos y no pueden mostrar de forma natural sus sentimientos.

El modelo masculino tradicional se ha puesto en duda y que el concepto de masculinidad como lo opuesto a la feminidad está en crisis. En la actualidad, muchos varones quieren redefinir su masculinidad, en el convencimiento de que los estereotipos de género les proporcionan ventajas y desventajas y que no hay una sola forma de ser varón, el problema es que no saben cómo hacerlo. La solución pasaría por revisar y desmontar los modelos tradicionales masculino y femenino, reconstruir los estereotipos de género, que todavía hoy, herencia del patriarcado, imperan en nuestra sociedad.

Los estereotipos de género son juicios o prejuicios que se fundamentan en una idea preconcebida y se imponen a los hombres y mujeres sin tener en cuenta su

individualidad. Son modelos en los que es necesario encajar para ser aceptados socialmente como hombres y mujeres. En resumen, tópicos acerca del «deber ser». Estos estereotipos no solo afectan a las mujeres, también los estereotipos masculinos son susceptibles a ser cuestionados. Desde hace un tiempo oímos de las nuevas masculinidades, un tema que surge, por un lado, del cuestionamiento de las percepciones y actitudes de los hombres respecto a los cambios de las mujeres, y por otro, de la propia autopercepción, roles y espacios asumidos por los hombres.

Particular atención, a nuestro juicio, requiere la definición de género como una importante categoría cognitiva utilizada en la interacción de las personas, ya que en lingüística el concepto de género se correlaciona con las imágenes, normas, tradiciones y estilo de comportamiento construido en el lenguaje y fijado en la mente de sus hablantes, así como con un conjunto de atributos que se atribuyen a hombres y mujeres en una determinada comunidad sociocultural.

La relación entre lenguaje y género ha sido el foco de muchos estudios, cuya historia se divide en dos períodos. Para el *primer período*, los rasgos característicos eran: 1) la naturaleza irregular del estudio; 2) el lenguaje «masculino» se consideraba la norma, y el «femenino» se consideraba una desviación de la norma. La *segunda etapa* estuvo marcada por la investigación a gran escala debido al creciente interés por el aspecto pragmático de la lingüística, el desarrollo de la sociolingüística y los cambios significativos en la distribución tradicional de roles masculinos y femeninos en la sociedad.

TAREAS TEÓRICAS

1. ¿Qué es el estereotipo? ¿Cómo se reproducen y transmiten en la sociedad?
2. ¿Cómo se han cambiado los estereotipos de género en la sociedad española de finales del siglo XIX?

3. ¿Por qué la definición contemporánea de género como una categoría cognitiva utilizada en la interacción de las personas desempeña un papel importante en las relaciones humanas?

4. ¿Cómo cambió el foco de investigación de género y de lenguaje?

TAREAS PRÁCTICAS

1. ¿Compare los estereotipos de género en la cultura ucraniana y española? ¿En qué se diferencian? ¿De dónde, según su opinión, provienen esas diferencias?

2. Haga una lista de novelas feministas del siglo XIX, XX, XXI que ha leído. ¿Cómo se han cambiado los enfoques de autores?

4. ¿Qué estereotipos se revelan en la novela de escritora inglesa Jane Austen «Orgullo y Perjuicio» (1813) (<https://infolibros.org/libros/orgullo-y-prejuicio-jane-austen.pdf>) y de escritora española Laura Esquivel «Como agua para chocolate» (1989) (<https://ww3.lectulandia.co/book/como-agua-para-chocolate/>)

3. Lea una serie de mensajes, presentados en la orden diacrónica, de Teresa Fátima Matute en su perfil de LinkedIn. ¿Qué peculiaridades de lenguaje, relacionadas con el concepto de género, encuentra? ¿Cómo revelan los estereotipos en los mensajes? ¿Cómo se han cambiado? ¿Qué razones podrían influir en los cambios del comportamiento lingüístico de la autora?

A) Médico especialista en radiodiagnóstico, Director Asistencial de Diagnóstico por la Imagen Health Diagnostic, Quironsalud. Adjunto a la sección de Abdomen del Hospital Clínico San Carlos.

B) Jefe de estudios de la escuela de TSIDMN y de Radioterapia del HCSC.

C) Director de Educación del Colegio Interamericano de Radiología CIR.

D) Vicepresidente de la Sociedad Española de Seguridad Gestión y Calidad en Radiología SEGECA.

E) Vicepresidente del Regional Committee for Europe (RCE) de la RSNA.

F) Miembro del Quality, Safety and Standards Committee de ESR.

G) Delegado europeo de normalización en seguridad radiológica del paciente: CEN/TC 470.

H) Directora de Educación del Colegio Interamericano de Radiología Directora de Educación del Colegio Interamericano de Radiología CIR.

I) He empezado en un nuevo puesto de Consejera de sanidad de la Comunidad de Madrid.

<https://www.linkedin.com/in/f%C3%A1tima-matute-teresa-69b87b119/?originalSubdomain=es>

4. Prepare un informe sobre:

- ideas feministas de Lesia Ukraínka;
- ideas feministas de Olga Kobelianska;
- las ideas de Iván Frankó sobre el concepto de género.

TEMA 6. IDENTIDAD DE GÉNERO EN EL TEXTO Y EN EL DISCURSO

1. La influencia de medios de comunicación en la cosmovisión.
2. Las propiedades del texto y del discurso.
3. Aspectos pragmáticos del discurso y percepción del género.
4. El contexto discursivo y su influencia en interacción social.
5. La estratificación de género en el discurso.

Los discursos que involucran al público masivo, al ser un elemento integral de internalización, juegan un papel importante en el proceso de socialización de género. El surgimiento del «nuevo periodismo» y de la información dirigida exclusivamente a las mujeres se nota a finales del siglo XIX. Poco a poco, la «feminización» de la prensa fue reemplazada por la «sexualización», lo que provocó serias discusiones a raíz del éxito del movimiento feminista.

Los medios de comunicación y redes sociales tienen una gran trascendencia en la sociedad, ya que además de difusores de información se les puede considerar generadores de opinión y agentes socializadores que marcan la conducta a seguir entre las personas. En nuestra sociedad tenemos una gran necesidad de comunicarnos e informarnos y los medios de comunicación son la herramienta que utilizamos para ello, siendo normalizado y/o aceptado todo lo que aparece en ellos y rechazado o ignorado todo lo que no, lo cual ocurre a todos los niveles, tanto nacional como internacionalmente. Por eso podríamos afirmar que los medios promueven una realidad pública, modelan el contexto social-político y establecen unas normas convencionales ante cualquier tema, incluido lo referente al género.

Esto puede beneficiar y perjudicar al movimiento feminista, ya que si los medios de comunicación no difunden la información desde una perspectiva de

género puede ocasionar confusión en lo que al movimiento respecta, generando opiniones basadas en unos datos que no se corresponden con la realidad, y en una era en la que la comunicación está a la orden del día y en la que tenemos a nuestra disposición canales desde los que todo el mundo puede dar su opinión, difundir noticias que carecen de veracidad o incluso que llevan a la confusión, llegando a ser peligroso.

Actualmente nos encontramos en lo que se conoce como «la cuarta ola del feminismo», teniendo en cuenta que las primeras declaraciones se observan en 1792, con la revelación de Vindicación de los derechos de la mujer, de Mary Wollstonecraft. Estos testimonios dieron paso a la primera ola del feminismo, la cual estableció el término de igualdad, universalizando su objeción sobre la jerarquía entre sexos existente, abarcando desde finales del siglo XVIII hasta las últimas décadas del siglo XIX. La segunda ola se prolongó hasta mediados del siglo XX y reclamaba el voto colectivo femenino, apelaban a la apropiación de su cuerpo y polemizan el papel de la mujer en el entorno laboral y la familia. Debido a que las mujeres no tenían derecho y eran dependientes social, política y económicamente de los hombres, se alzó el movimiento sufragista.

Desde entonces hasta finales del siglo XX, la tercera ola, promueve el individualismo para redefinir el término. En este transcurso del tiempo, se denuncia una igualdad relativa que solo se aplicaba a personas privilegiadas y la existencia de un sistema patriarcal que dominaba a la mujer. También se luchó por la igualdad en la educación, en el trabajo, su libertad sexual, la eliminación del patriarcado y la abolición de violencia contra las mujeres.

La cuarta ola se extiende hasta la actualidad y sigue construyéndose. Reivindicando todos los derechos de años anteriores y nuevos como la lucha por los derechos LGTB, las clases sociales, el antirracismo... En esta etapa destaca el activismo online, la erradicación del amor tóxico, diversidad de corrientes, propósito de sororidad y ser escuchados, etc. El activismo online ha de ser una característica destacable de esta ola porque es una de las causas que ha provocado que el movimiento feminista tenga más visibilidad lo que también trae consigo más

diversidad de opiniones e incluso movimientos en contra, los cuales afirman que no es necesario, ya que no consideran que estemos en una sociedad patriarcal.

El debate generado en torno al feminismo también ha llevado a plantear cuestiones tan importantes como la construcción del género y los roles que tiene cada uno en la sociedad en función al grupo al que pertenece. En este sentido la Organización Mundial de la Salud (OMS, s.f.) define «género» de la siguiente manera:

El género se refiere a los conceptos sociales de las funciones, comportamientos, actividades. Como resultado, a principios de la década de 1980 hubo una tendencia a dedicar la investigación a la mujer en el periodismo, pero principalmente en el aspecto socioeconómico; posteriormente, aparecieron en el exterior una serie de trabajos dedicados al estudio de las relaciones de género en el periodismo, así como a las transformaciones en la conciencia pública respecto del rol de la mujer y la presentación de la información. Este hecho sirvió de impulso para el inicio del análisis del discurso, en particular de los medios, como medio para visualizar en él las nuevas realidades de nuestra sociedad. Estos estudios del discurso mediático están conectados no solo con el uso de la lengua, sino también con los comunicantes del habla, la sociedad y la cultura.

Así, el análisis del discurso abarca aquellas disciplinas académicas que se centran en diversos aspectos de la actividad humana: antropología, periodismo, retórica, literatura y estudios culturales, sociología, psicología, geografía, jurisprudencia y educación. Por tanto, los no lingüistas, a través del estudio del análisis del discurso, recurren a la lingüística en sus obras, y la labor de los filólogos adquiere un significado interdisciplinar. Esta sección presenta los puntos de vista de investigadores contemporáneos (T. van Dyck, J. Austin, J. Searle, M. Foucault, E. Hoffman, y otros) de una perspectiva diferente y ofrece varios enfoques para el análisis del discurso.

Existen opiniones de algunos investigadores que el discurso es un lenguaje en el lenguaje, pero presentado como una entidad social especial. El discurso existe principalmente en los textos, pero aquellos que van seguidos de una gramática

especial, un léxico especial, reglas de uso y sintaxis especiales, semántica especial – al fin y al cabo – un mundo especial. El fenómeno mismo del discurso, sus posibilidades son las pruebas de la tesis que el lenguaje es la casa del espíritu y, en cierta medida, la tesis del lenguaje es la casa del ser.

Existen definiciones del discurso como un texto en su formación frente al ojo de la mente del intérprete, que consiste en oraciones o sus fragmentos, y el contenido del discurso a menudo, aunque no siempre, se concentra en torno a algún concepto de «soporte», llamado el «tema del discurso».

En estas definiciones, como vemos, conceptos tales como discurso y texto están intrincadamente entrelazados. La pregunta es, ¿cuál es la diferencia entre discurso y texto? El texto es un conjunto de oraciones, y el discurso es la base que hace que el texto se relacione contextualmente. La definición de discurso se considera fuera del texto como la existencia de un mundo mental, cuyas estructuras centrales son «modelos cognitivos idealizados», «marcos» o «conceptos». La totalidad de estas estructuras constituirá un sistema semántico, la semántica del mundo mental.

El discurso también difiere del acto de comunicación, que representa la actividad natural de las personas en sociedad, la forma más común de uso del lenguaje, que abarca la actividad lingüística. Al mismo tiempo, si bien un acto de comunicación es una de las funciones más comunes del uso del lenguaje, no deja de ser un texto de cierto tipo, construido según las reglas del uso social. Así, el término «discurso», según M. Stubbs, en relación con el análisis del discurso y el análisis del acto de comunicación no es lo mismo. El primero contiene al segundo, por lo que el análisis del discurso no debe interpretarse como una dirección especial orientada gramaticalmente en el análisis del acto de comunicación.

El discurso en términos metapragmáticos se presenta no sólo como un contexto percibido: conversación, entrevista, consulta, interrogatorio, etc., sino que también abarca las condiciones extralingüísticas que rigen determinadas situaciones de uso del lenguaje. Por lo tanto, surgen preguntas: ¿Cómo usan las personas el

lenguaje en un contexto social dado? ¿Qué libertad se les da en el uso del lenguaje y qué se lo impide, según el contexto?

Hay algo más entre el acto de comunicar y el mundo del usuario, que está incluido en la filosofía del acto de comunicar: la razón es que la actividad del lenguaje humano subyace a las leyes de un área temática más amplia: el discurso, entendido como el contexto del lenguaje humano en uso. La metapragmática, por tanto, va más allá de la filosofía de los actos de comunicación: refleja el contexto discursivo y comprueba qué tan activo es como resultado del uso de los actos de comunicación lingüística, estos últimos son considerados en términos de contexto, ya que son actos pragmáticos. en su esencia. Así, según J. May, la producción activa de actos pragmáticos implica naturalmente la existencia de una determinada sociedad con sus valores, normas, reglas y leyes implícitos y explícitos y las condiciones de vida establecidas: económicas, sociales, políticas y culturales. Estas condiciones se refieren a una expresión metafórica «la fábrica de la sociedad» y se hacen visibles (principalmente a través del lenguaje y otras actividades humanas) y están cubiertas por el término de «discurso».

El filósofo francés M. Foucault caracteriza el discurso como la práctica de crear significado a partir de signos. Esta práctica va más allá de la mera actividad interpretativa de comprender enunciados: la creación de sentido debe ser vista como creación activa de sentido, como una práctica que configura sistemáticamente las cosas de las que habla. El espacio discursivo es un gran caos, dispuesto a recibir la influencia del lenguaje y las palabras. A la inversa, el espacio discursivo proporciona el material pragmáticamente necesario para la producción de significado. Fuera de este espacio, donde se crean los objetos, no pasa nada: ninguna práctica humana es posible, ya que literalmente nada tiene sentido.

Las condiciones metapragmáticas que M. Foucault coloca en la práctica humana de producción de sentido hacen que el discurso sea diferente de un simple conjunto de oraciones y enunciados. Dado que estas condiciones son implementadas por los comulgantes, no pueden identificarse con las restricciones establecidas por la gramática, el contenido e incluso las reglas de la práctica conversacional; más allá

de todo esto, representan la sociabilidad del hombre. La práctica del discurso es la práctica de la sociedad: el espacio creativo en el que los objetos de M. Foucault surgen, son creados y transformados por la sociedad. Entre los objetos que genera la sociedad en la práctica discursiva, las relaciones sociales humanas son las principales; el discurso, por tanto, según M. Foucault, es un fenómeno múltiple a través del cual se produce la producción social de sentido, y su multitud crea la sociedad como tal.

El discurso crea y recrea conexiones sociales: crea un usuario individual y le da al individuo la capacidad de existir y coexistir con otros individuos. Los objetos pueden entrar en los sistemas según sus características (por ejemplo: fonemas en fonología), o según sus propiedades distributivas (como morfemas en morfología y sintaxis); estos objetos forman entonces estructuras en las que los objetos que se clasifican cambian el estatus y el carácter del hecho de su estructuración dictada por la integridad. Así, una palabra es más que una secuencia de fonemas, una oración es más que una secuencia de morfemas y palabras juntas, y un texto es más que una secuencia de oraciones. Con base en lo anterior, podemos concluir que el discurso combina tanto los sistemas que le dan origen como las estructuras sociales que crea. Así lo confirma la **definición de discurso**: un evento comunicativo completo, que consiste en la interacción de los participantes en la comunicación a través de textos verbales y/u otros complejos de signos en una determinada situación y ciertas condiciones socioculturales de comunicación. En consecuencia, la fórmula para esta definición será la siguiente:

DISCURSO = TEXTO + INTERACTIVIDAD + CONTEXTO SITUACIONAL

Sin embargo, la fórmula de M. Foucault, a la que a menudo se refieren los científicos, incluye dos componentes:

discurso = «ya dicho» + «nunca dicho»

Otros autores, por ejemplo, D. Bieber, por el contrario, distinguen muchos componentes de los siguientes parámetros de variaciones situacionales en el discurso:

- 1) características comunicativas de los participantes;
- 2) la relación entre el emisor y el destinatario;
- 3) situación;
- 4) canal;
- 5) la actitud de los participantes hacia el texto;
- 6) actitudes, intenciones y metas;
- 7) tema.

En el campo de la pragmática, el análisis del discurso examina el «cuerpo» de la comunicación y ayuda a describir los principios básicos de interpretación y cómo se utilizan las declaraciones para lograr objetivos comunicativos.

Además, es importante para determinar *la estratificación social y de género*. ¿En qué medida influye el aspecto de género en la creación de tal o cual tipo de discurso? La especificidad de un agente social es esencial para determinar el tipo de discurso, por lo que este aspecto no puede excluirse del análisis del discurso. Según el agente, el discurso puede ser: feminista, preelectoral, racista, presidencial, etc.

La investigación dentro del discurso y el género es tan diversa que no existe un enfoque único que se denomine «análisis del discurso feminista». De hecho, no todos los enfoques se consideran feministas en esta dirección, pero todos se consideran en cuatro tradiciones de investigación diferentes pero interconectadas: antropológica (aspecto cultural), sociológica (interacción social), crítica (texto), antropológica más moderna (trayectorias históricas de discurso). Así, llegamos a la conclusión de que el discurso es un fenómeno social, cultural y político y la teoría del discurso no es solo un reflejo de la sociedad, la cultura y el poder, sino que también es una fuente inagotable de información adicional.

Los aspectos de las relaciones sociales se expresan y crean en el discurso ya sea por el poder o por la cooperación. Según D. Tannen, el poder trata donde se dan relaciones asimétricas en las relaciones humanas, y la cooperación, por el contrario, es simétrica. Los hombres, custodiando el territorio del poder, utilizan diversas técnicas para apoyar la producción de relaciones de poder, un ejemplo es la estrategia de caer. La mujer en este contexto es considerada como la principal «consumidora»,

y el hombre es el «productor» del discurso. Este contexto está representado principalmente por un tipo de discurso como institucional. La fórmula de este discurso es presentada:

El investigador propone la siguiente comprensión del discurso:

SISTEMAS DE COMUNICACIÓN = REAL + POTENCIAL

En una dimensión potencial, el discurso es un espacio semiótico que incluye signos verbales y no verbales, así como ideas sobre modelos típicos de comportamiento del habla y un conjunto de acciones y géneros del habla necesarios para este tipo de comunicación.

El grupo social cumple una función adicional de diferenciación de género: en consecuencia, dicta la presencia de una etiqueta para cumplir un *determinado papel social*; así, se puede rastrear la especificidad del estilo de *comportamiento comunicativo de género* de mujeres y hombres. La mentalidad de la sociedad, a su vez, establece la variabilidad de las ideas sobre conceptos como «feminidad» y «masculinidad», es decir un modelo de género que es necesario para que un individuo cumpla con los roles y normas sociales y de género en la sociedad en un período histórico determinado. Hay una especie de parentesco con el ritual, pero un cambio en el paradigma de los valores conlleva un cambio en el comportamiento de la sociedad. Por tanto, a partir de todas las fórmulas anteriores, se pueden presentar los siguientes componentes del discurso, teniendo en cuenta los aspectos sociales y de género:

- 1) agente;
- 2) intención;
- 3) sublenguaje (aspecto social);
- 4) sublenguaje (aspecto de género);
- 5) texto situacional;
- 6) interactividad;
- 7) contexto cultural.

Resumir los resultados de la investigación sobre este fenómeno muestra que la perspectiva de la investigación del discurso depende de las tareas que enfrentan los científicos. Llegamos a la definición de discurso como «lenguaje en el lenguaje», pero presentado como un hecho social especial, es decir, el discurso se considera en estrecha interacción con los factores sociales.

Existe principalmente en los textos, pero aquellos que van seguidos de una gramática especial, un léxico especial, reglas de uso y sintaxis especiales, una semántica especial, al fin y al cabo, un mundo especial. Conceptualmente, su creación está influenciada por factores situacionales-sociales, de género y culturales en el curso de la interacción de los participantes en el espacio semiótico. El discurso se crea en una determinada situación de comunicación, donde los participantes tienen roles sociales, actitudes, intenciones.

TAREAS TEÓRICAS

1. ¿Cuál es la diferencia entre los tipos de discurso institucional y no institucional y en qué se diferencian sus componentes?
2. ¿Cómo se observa la relación entre discurso y género en los medios?
3. ¿En qué tipos de texto y discurso se produce con mayor intensidad la construcción de la identidad de género?
4. ¿De qué depende la relevancia graduada de crear la identidad de género?
5. ¿En qué medida influye el aspecto de género en la creación del discurso de diferentes tipos?

TAREAS PRÁCTICAS

1. Lea los fragmentos de textos y determine sus tipos. Comente si se percibe la estratificación de género en cada uno de ellos.

A) – Nacido en El Cairo, educado en Bruselas y Madrid y con destinos como Washington, Londres, Argel o la OTAN. ¿Qué ciudad recuerda con más añoranza?

– De El Cairo me marché con apenas tres años. Bruselas es muy importante para mí. Ha sido la ciudad de mi infancia, adolescencia y parte de mi juventud para luego volver ya en edad adulta para reuniones en la OTAN o en la Unión Europea y luego vivir allí dos veces como Embajador-Representante Permanente de España en la OTAN un total de nueve años. En cierto modo, eso me ha hecho medio belga y ello me satisface mucho. En Washington fue la primera vez que viví solo y mi primer destino fuera. Me casé con mi primera mujer y madre de mis dos hijas. He de decir que me adapté muy bien al estilo de vida americano. Tengo un gran recuerdo de esa ciudad. Argel fue un lugar donde conocí de cerca el llamado «Tercer Mundo». Una experiencia conveniente. Londres es una ciudad mágica, capital de un país que vive sus tradiciones en el presente mientras concibe el futuro científica y tecnológicamente. No se duermen en sus laureles, aunque es una pena que se salieran de la Unión Europea. Ginebra fue para mí y mi segunda esposa un refugio donde aprendimos a volver a sonreír a pesar de importantes dificultades de carácter familiar. Madrid es mi ciudad de adopción, donde están mis familiares y muchos amigos, una ciudad magnífica, abierta a todos, que disfruto y, además, tengo la fortuna de ser del Real Madrid.

https://www.cuadernosdelaberinto.com/entrevistas/carlos_miranda_elio.html

B) La más utilizada y conocida es la observación de la conducta lingüística en adultos; sin embargo, es también la que permitió muchísimas confusiones en la disciplina, que aún se deben despejar. A primera vista la observación de la conducta lingüística de adultos parece ser muy sencilla: los seres humanos siempre hablan,

hay muchos seres humanos y tenemos los instrumentos necesarios para observar, registrar, reproducir y analizar esas conductas. El problema reside en que muchos investigadores tomaron las manifestaciones de los fenómenos como si fuesen los fenómenos en sí; confundieron, entonces las causas de los fenómenos y se alejaron de inferir los procesos y estados mentales que causaban las conductas lingüísticas. Tomemos un ejemplo: muchos investigadores definieron el lenguaje como social y pautaron el proceso de adquisición del lenguaje como un proceso de socialización (Piaget, 1964). Esto es un disparate por varios motivos, como demostraremos, ya que el aspecto social es accesorio a los procesos mentales que permiten el desarrollo y uso lingüísticos; el origen del error está en tomar lo que se observa sin problematizarlo. Es como si un científico marciano que estudiara una ciudad concluyera que la gente hace sus necesidades porque existen los baños, en lugar de concluir que existen los baños como manifestación social de necesidades biológicas elementales. ¿Los seres humanos caminamos porque hemos inventado las zapatillas y otras formas de calzado o – en realidad – es que biológicamente caminamos con los pies y eso lo nos ha llevado a inventar y diseñar formas de calzado? La psicolingüística no niega el valor de la descripción de las conductas, pero esta descripción debe servir para inferir qué es lo que sucede en la mente de los hablantes: los estados y procesos mentales que son la causa de la conducta observada. La descripción no constituye nunca una explicación; recordemos la diferenciación que establece Chomsky (1965, 1974) entre adecuación descriptiva y adecuación explicativa de una teoría.

2. Analice los medios lingüísticos en el discurso que determinen el género.

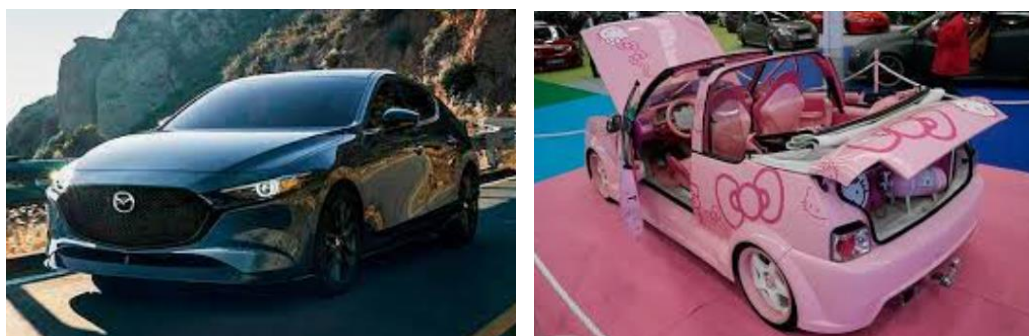
– Últimamente parece que la poesía goza de muy buena salud, se ha relanzado la afición por la rima y la métrica, sobre todo entre la juventud. ¿A qué cree que es debido este despertar poético?

– Quizá por la cultura en digital que ha animado a la participación de los más jóvenes que son usuarios en mayoría. Allí donde confluyan belleza y emoción habrá poesía. La poesía está en todas las manifestaciones artísticas. En la fotografía, con

imágenes puramente poéticas, aunque no la recoja por escrito ningún poeta. La palabra es un buen canal transmisor, pero no el único. Lo de la rima y la métrica da musicalidad al poema, un aliciente más. Y aunque yo no la utilice, obviamente aprecio un buen soneto de Lorca.

https://www.cuadernosdelaberinto.com/entrevistas/montse_escribano_ruiz.html

3. Comente cómo los medios no verbales del discurso podrían influir en la percepción del género por los consumidores.



4. Escuche la entrevista con Mercedes Bengoechea, Profesora de sociolingüística y Decana de la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Alcalá de Henares en el marco de la Jornada «El reto de los medios de comunicación en la Ley de Igualdad»: <https://www.mujeresenred.net/spip.php?article1082> ¿Qué opina la investigadora sobre el uso no sexista del lenguaje? ¿Qué ejemplos propone?

5. Lea el fragmento de un artículo en la página web «Mujeres en red» (<https://www.mujeresenred.net/spip.php?article681>). Exprese su opinión sobre el lenguaje contemporáneo.

«El lenguaje es machista porque la sociedad ha sido así; – y la sociedad seguirá siendo machista mientras lo sea el lenguaje», afirmó Álvaro García Meseguer, profesor de Investigación del CSIC durante una conferencia pronunciada ayer en la facultad de Filosofía de la Universidad Complutense.

Comenzó clasificando los problemas de discriminación de la mujer en dos grupos, los que se originan a niveles conscientes y los que se originan a niveles subconscientes. «Estos últimos – señaló – son los más graves y los auténticos,

responsables de que las mentalidades, sentimientos y actitudes sean machistas. En ellos juega un papel fundamental el lenguaje, que induce en lo más profundo de la personalidad de cada hablante una forma sexista de captar la realidad».

6. Escriba la biografía y avances en estudios u otras actividades de uno de tus amigos/amigas sin mencionar su nombre. Intercambie de este papel con sus compañeros del grupo para que lo analicen y releven el género de su amigo/amiga. Presente al grupo su análisis lingüístico de una de biografías, escrita por otros compañeros del grupo.

7. Haga un análisis del discurso del Rey de España, presentado en la página oficial de la familia real española: <https://www.casareal.es/ES/Paginas/home.aspx> . Determine las peculiaridades de cada nivel funcional de la lengua. Descubra las peculiaridades que definen el género en el discurso. ¿Qué estrategias aplica el Rey para evitar el uso sexista del lenguaje?

8. Busque ejemplos de las normas descritas en diferentes tipos de discurso.

En la Nueva gramática de la lengua española, publicada en 2009 por la Real Academia Española, se hace referencia explícita al uso del masculino como genérico: «El GÉNERO NO MARCADO en español es el masculino, y el GÉNERO MARCADO es el femenino. (...) la expresión no marcado alude al miembro de una oposición binaria que puede abarcarla en su conjunto, lo que hace innecesario mencionar el término marcado». No obstante, la norma académica no implica que se tenga que aceptar el masculino genérico como la única forma de nombrar a los dos sexos. La opción es escoger entre las otras posibilidades que ofrece la lengua española.

TEMA 7. COMPORTAMIENTO COMUNICATIVO EN LA LINGÜÍSTICA CONTEMPORÁNEA

1. Concepto de comportamiento del habla.
2. El modelo psicológico y cognitivo en el desarrollo del concepto de comportamiento lingüístico.
3. Problemas metodológicos para resolver.
4. Los factores que influyen en el comportamiento comunicativo.
5. Comportamiento comunicativo de los hombres y de las mujeres

El estado actual de las humanidades permite hablar del predominio del interés por la persona, el «factor humano» y, por tanto, en el aspecto pragmático. Habiendo planteado como principio unificador el uso del lenguaje por parte del hablante en una situación comunicativa, la pragmática ha abarcado muchos problemas relacionados con la actividad del habla, el habla y el comportamiento comunicativo. Dado que estos conceptos están directamente relacionados con la influencia del habla y, en consecuencia, con los procesos cognitivos, tienen algo en común en esta sección, por lo que consideramos importante generalizar la experiencia de los lingüistas.

En pragmalingüística, los conceptos de actividad del habla y comportamiento del habla se desarrollan en relación con el estudio de la influencia del habla y sus medios. Especifiquemos lo que queremos decir con el término «comportamiento del habla» y en qué se diferencia el comportamiento del habla de la actividad del habla. El concepto de comportamiento del habla se introdujo en la lingüística hace relativamente poco tiempo. Si la definición de actividad del habla se entiende como un proceso de hablar y comprender, luego el comportamiento del habla se considera como una manifestación del habla oculta.

El comportamiento del habla difiere de la actividad del habla en que las manifestaciones de la actividad del habla están determinadas por objetivos y motivos conscientes, mientras que el comportamiento del habla es estereotípico, automatizado, los motivos y los objetivos se adentran profundamente en el subconsciente. En el habla, las categorías gramaticales (la categoría de caso, número, persona, modo) son actualizadas por los hablantes nativos de manera intuitiva, habitual, en contraste con la elección intencionada y reflexiva de las unidades léxicas y sintácticas en la actividad del habla. Esta afirmación nos permite hablar de la latencia de los actos de habla en la conducta del habla, tanto para el emisor como para el receptor. La inconsciencia de elección tiene la propiedad de un impacto oculto, ya que, acumulándose en la percepción del destinatario del texto, lo estimula a evaluar al interlocutor y a elegir una decisión sobre su conducta futura. Al discutir los problemas asociados con el comportamiento comunicativo, el problema del lugar de los procesos comunicativos en la estructura de la actividad es de primordial importancia.

En la lingüística comunicativa moderna, el enfoque de actividad para la cobertura de problemas de comunicación es tradicional. La esencia del enfoque de actividad radica en el hecho de que el acto de la actividad del habla es una parte integral del proceso de la actividad objetiva: hablando de la actividad del habla, este término a menudo no denota un acto de actividad cerrado, sino solo un conjunto de actividades del habla que tienen su propio fin intermedio, subordinado al fin de la actividad como tal.

La historia del desarrollo de la psicolingüística representa la evolución de los modelos de comunicación. El modelo de comunicación código-información, que se basaba en la idea de comunicación como la transmisión de un mensaje de un emisor a un receptor, y se entendía un mensaje como un sistema de secuencias de signos que tienen una forma material (significado) y un contenido ideal (significado). Los signos se codifican para transmitirlos por un canal de comunicación y se decodifican en el lado del receptor. La desventaja de este modelo, según muchos científicos, era

la falta de consideración de las peculiaridades de la comunicación humana, como los complejos procesos de comprensión.

El modelo cognitivo de O. Yokoyama complementa la teoría del código de información al distinguir entre los mecanismos de comprensión. El investigador identifica áreas de conocimiento del emisor y destinatario de la comunicación, a partir de las cuales es posible el funcionamiento del mecanismo de comprensión:

- 1) conocimiento individual de cada uno de los participantes en el mensaje;
- 2) coincidente (intersección de partes del conocimiento del autor del discurso y del destinatario);

- 3) actualizado, es decir, las partes de este conocimiento que actualmente están en el foco de atención, necesarias para la correcta orientación en la comunicación actual. El desarrollo adicional del modelo de comportamiento comunicativo continuó de acuerdo con el principio de intensificación del aspecto pragmático de la comunicación, y el siguiente paso fue presentar la tesis de que la unidad dialógica no se basa en las leyes de la gramática, sino en las leyes de la pragmática. . El estudio del comportamiento comunicativo se basa en los principios de un enfoque pragmático para el estudio del funcionamiento del lenguaje, centrándose en la pragmática del «yo» como hablante y del «tú» como destinatario del «habla».

En relación con el hablante, la pragmática estudia cómo nacen sus intenciones en el enunciado, cuáles son los objetivos explícitos y ocultos de la comunicación, qué tácticas de discurso sigue el hablante para lograr la coherencia comunicativa con el destinatario, qué formas de discurso elige en determinadas situaciones, de qué manera expresa la relación «propio-ajeno», «cercano-lejano», «familiar – desconocido», «superior-inferior», etc. En relación con el destinatario del discurso, la pragmática explora la naturaleza de la interpretación del texto y los tipos de respuesta en una situación dada, el efecto perlocutivo del enunciado, etc. En otras palabras, el enfoque pragmático del texto nos permite ver en él las interacciones comunicativas del «yo» y el «tú» en diversas manifestaciones.

La cuestión desarrollada en la teoría de la comunicación es la cuestión de los medios de comunicación. Obviamente, la conducta comunicativa consiste en

acciones verbales y no verbales. En realidad, el comportamiento comunicativo solo es posible en la unidad de acciones verbales y no verbales, solo pueden separarse en el estudio del análisis del comportamiento comunicativo. Teniendo en cuenta el comportamiento del habla en el aspecto de género, se puede distinguir la imagen «masculina» y «femenina» de las acciones del habla o los estilos de comunicación de género.

La división de la conducta del habla se produce a través de los actos de habla. La definición de acto de habla proviene de un análisis pragmático de la comunicación y está asociada al concepto de funcionalidad y comunicatividad. El acto de habla en relación con los medios lingüísticos utilizados en su curso actúa como un acto locucionario; en relación con el objetivo manifestado y una serie de condiciones para su implementación, como un acto ilocucionario; en relación con sus resultados — como un acto perlocucionario.

Relevante en el proceso de descripción contrastiva del comportamiento comunicativo es el tema de singularizar las unidades comunicativas. Separando unidades de comunicación dentro del marco del enfoque de actividades, muchos investigadores se centran en las operaciones del habla y las acciones del habla. Estamos hablando de una acción comunicativa: una unidad de descripción del comportamiento comunicativo (una declaración típica separada, un acto de habla, una señal no verbal, etc.), un comunicativo: una unidad de comunicación preparada prevista en un comunicativo dado cultura para la aplicación de una u otra regla comunicativa.

Por lo tanto, el estudio del comportamiento comunicativo en la lingüística moderna se considera como una de las áreas prioritarias, cuyo propósito es estudiar el comportamiento comunicativo como un componente integral del grupo nacional y las culturas personales. En el curso del análisis de la investigación actual en esta área, resultó que:

- no hay una definición suficientemente clara del fenómeno en sí — comportamiento comunicativo, no se describe su estructura;

- no existe un aparato terminológico desarrollado para una descripción sistemática del comportamiento comunicativo;

- no existen modelos para una descripción sistemática del comportamiento comunicativo, no está claro qué y en qué secuencia, en qué forma se debe describir para obtener una descripción sistemática del comportamiento comunicativo de las personas;

- no se han desarrollado métodos y técnicas para estudiar el comportamiento comunicativo.

Los investigadores señalan la necesidad de resolver problemas que son relevantes en esta área. Entre ellos, los más relevantes son:

- desarrollo teórico del concepto de comportamiento comunicativo;
- desarrollo de principios y métodos para estudiar y describir el comportamiento comunicativo;

- desarrollo de modelos para describir el comportamiento comunicativo;
- una descripción práctica del comportamiento comunicativo del individuo, el comportamiento comunicativo de grupos de edad, sociales, profesionales y de género, comunidades territoriales, el comportamiento comunicativo nacional de varios pueblos;

- desarrollo de una metodología para la enseñanza del comportamiento comunicativo nacional en el proceso de enseñanza de un idioma como lengua extranjera, así como el desarrollo del problema de formar un comportamiento comunicativo socialmente adecuado de representantes de diversos grupos sociales e individuos.

El comportamiento comunicativo de una persona depende de muchos factores, entre los que se pueden destacar los subjetivos y los objetivos.

Factores subjetivos: estado emocional del individuo, temperamento, lugar (país) de comunicación, estado físico.

Factores objetivos: propio género y el género del interlocutor, propia edad y la edad del interlocutor, estatus propio y el estatus del interlocutor (igual o superior), grado de conocimiento (conocidos, desconocidos, desconocidos, amigos, colegas),

relación específica con el interlocutor (padres, hijos, parientes, etc.), el territorio de comunicación (ciudad, pueblo, capital, pequeña ciudad, institución, calle, cocina), tipo de situación comunicativa-objetiva (fuera, en la iglesia, tren), profesión (maestro, policía, vendedor, médico, etc.).

Según muchos científicos los factores anteriores dificultan la tipificación, y la tarea de un investigador que describe un comportamiento comunicativo es lograr un nivel suficiente de tipificación de un rasgo o característica comunicativa para que dicha descripción sea significativa y lo suficientemente generalizada. El nivel de generalización debe ser lo suficientemente alto para tener poder explicativo y lo suficientemente específico para proporcionar nuevos conocimientos. Deben describirse los rasgos dominantes, que se manifiestan a menudo y que son característicos de la mayoría o de muchas situaciones de comunicación, y luego deben aclararse en diferentes situaciones comunicativas.

El modelo situacional ofrece una descripción del comportamiento comunicativo de las personas en el marco de esferas y situaciones comunicativas estándares. Este modelo se basa en material empírico y se basa directamente en la práctica de la comunicación intercultural. El conjunto de ámbitos y situaciones comunicativos estándar a describir es bastante voluminoso y la tarea principal es identificar las diferencias reales en la comunicación intercultural. El modelo situacional es conveniente para fines aplicados a la descripción de la divulgación científica del comportamiento comunicativo, con fines didácticos.

Un modelo de aspecto para describir el comportamiento comunicativo en el marco de los aspectos identificados por el investigador, siendo los principales los verbales y no verbales, así como los productivos, receptivos, normativos y reactivos. El modelo paramétrico asume una descripción formalizada sistémica del comportamiento comunicativo, basada en un conjunto de parámetros y características comunicativos establecidos por el investigador, mediante los cuales se puede describir el comportamiento comunicativo de cualquier nación. Tomamos como base para la descripción los rasgos comunicativos identificados empíricamente

a partir del material real. Para facilitar la descripción, estas características se sistematizan, se generalizan en parámetros y los parámetros en factores.

Así, obtenemos un modelo generalizado del comportamiento comunicativo de las personas, construido de abajo hacia arriba y que representa una generalización de los rasgos identificados del comportamiento comunicativo nacional. El modelo paramétrico es, en principio, la base teórica para una descripción comunicativo-situacional del comportamiento comunicativo de cualquier nación, y los modelos situacionales temáticos y de aspecto proporcionan material de generalización utilizado para crear una descripción paramétrica del comportamiento comunicativo para que los tres modelos se asuman mutuamente.

El comportamiento cotidiano significativo desde el punto de vista social y comunicativo se une al comportamiento comunicativo: un conjunto de acciones cotidianas del sujeto de personas que reciben una interpretación semántica en una sociedad determinada, en una comunidad lingüística cultural determinada y, por lo tanto, se incluyen en el proceso comunicativo general e influyen en el comportamiento y la comunicación de gente.

Es una especie de lenguaje del comportamiento cotidiano o simbolismo social. El simbolismo social es un reflejo en la mente de las personas de la función semiótica que cierta acción, hecho, acontecimiento, acto, tal o cual elemento del mundo objetivo adquiere en una cultura particular. Todos estos fenómenos adquieren en la mente de las personas un cierto significado simbólico, característico y común para toda la sociedad dada o para un determinado grupo social. El simbolismo social es un componente de la cultura nacional.

Según estos científicos, el simbolismo social a menudo no es notado por los miembros de la sociedad, aunque se observa de manera bastante estricta, es decir, se usa, se interpreta en las relaciones interpersonales.

El comportamiento comunicativo de género actúa como uno de los tipos de comportamiento comunicativo socialmente condicionado y, como tal, requiere una descripción sistemática. Parece que este modelo puede formar la base para una descripción sistemática del comportamiento comunicativo de género, mientras que

el comportamiento comunicativo masculino y femenino se describirá por separado, pero uno contra el otro, observando el principio de contraste. Los parámetros seleccionados caracterizarán el comportamiento comunicativo de los hombres en comparación con el comportamiento comunicativo de las mujeres, y viceversa.

Los principales factores que sistematizan la descripción del comportamiento comunicativo de género, son: sociabilidad, emotividad comunicativa, hacer contacto, la naturaleza de mantener el contacto comunicativo, la naturaleza de la salida de la comunicación, la amabilidad comunicativa, la democracia comunicativa, la autoalimentación comunicativa, la etiqueta de la comunicación, presión comunicativa, control comunicativo, orientación temática de la comunicación, discusión, círculo de comunicación preferido y tipo de interlocutor, orientación al interlocutor, distancia comunicativa, contacto físico, proporción de comunicación verbal y no verbal, gestos, expresiones faciales, volumen o ritmo de comunicación.

Por supuesto, la etiqueta española tiene sus propias peculiaridades no solo en la comunicación entre personas de diferentes sexos, sino que también es importante tener en cuenta factores sociales como género/edad, género/estado social, género/nivel de parentesco, género/ nivel de educación, género/entorno social, género/ubicación, género/estado civil, género/nacionalidad. La comunicación verbal presupone el cumplimiento de las reglas de decencia: iniciar una conversación con una conversación no informativa (preguntas sobre la salud de los miembros de la familia, parientes, conocidos mutuos, intercambio de noticias), y solo al final de la conversación los comunicantes se mueven sobre el fondo del asunto. Durante la conversación, a menudo se hacen preguntas y no siempre se responden. No es costumbre quejarse de la salud y hablar de problemas. La diferenciación sexual también se manifiesta en los gestos. Hay gestos masculinos y femeninos. La excesiva libertad de gestos a la hora de expresar emociones se consideraba perjudicial.

Los roles de género anteriores en el marco del enfoque social determinista conducen a la formación de estereotipos sociales y de género. La opinión de los deterministas de sociedad con respecto a la teoría del desarrollo cognitivo del género se basa en la teoría de L. Kohlberg, que afirma que toda la información relacionada

con el comportamiento de género se refleja en nuestra mente en forma de esquemas de género que almacenan toda la información humana sobre el género. El interés por las cuestiones de género en España comenzó a los años ochenta del siglo pasado tras la caída de la dictadura militar de Franco, y esto fue natural, ya que en aquel momento el estatus y el papel de la mujer en la sociedad española cambió drásticamente. El culto al principio masculino, característico del país con los rasgos de culto machista fue sacudido debido a que la mujer pasó a ser el sostén de la familia.

Cuando la situación del rol cambia, los estereotipos cambian en la sociedad. El estereotipo de género de una mujer política en España se determinó sobre la base de los titulares de los artículos de los medios de comunicación. Los encabezados cumplen dos funciones: atraer la atención (comercial) y ayudar al lector a comprender el contenido (comunicativo). El titular es lo primero que llama la atención al mirar la página. Este es quizás el elemento más comercial de un producto de información. El contenido y el diseño gráfico del título, su fuente y tamaño deben «enganchar», en sentido figurado, poner al lector en el *gancho* para que no deje el periódico, sino que lea todo de cabo a rabo. Dado que los titulares cumplen la función de llamar la atención y pertenecen a las posiciones fuertes de la prueba, por tanto, contienen la esencia del mensaje, en el que el punto de partida siempre han sido ideas sobre el bien y el mal, sobre un héroe y un enemigo. En este caso, estamos hablando de estereotipos. Los estereotipos tienden a cambiar con el tiempo, reflejan los intereses políticos y la ideología de los estados, agrupaciones y partidos nacionales e internacionales, así como la representación de la conciencia ordinaria, característica de la época. Titulares como *Para abrirse camino en la vida, una mujer se ve obligada a imitar a un hombre*, *Siempre he trabajado en un equipo masculino*, *No es un sexo biológico* representan el estereotipo de mujer fuerte (mujeres con un carácter masculino). El éxito la acompaña, ya que tiene agresividad, iniciativa y cualidades de lucha, es decir, rasgos masculinos.

Deborah Tannen, vocera de la lingüística feminista en los Estados Unidos, señaló que el conflicto entre la feminidad y la autoridad en ninguna parte es más

pronunciado que en las mujeres que se dedican a la política: los signos de un buen hombre y político son idénticos, pero una mujer tiene que decidir si quiere ser conocida como una líder fuerte o una buena mujer. Si una mujer tiene rasgos tales como *franqueza, competencia, autoridad, corre el riesgo de perder su valor* como mujer. El siguiente estereotipo de una mujer política está establecido por los titulares: *Es hora de amar a la Patria, Nuestra señora en general, Partido decisivo*. Tal imagen patriótica de una mujer es popular en tiempos de pruebas difíciles. Es típico que una mujer política delinee *su propio círculo* durante la manipulación del discurso, se presenta ante nosotros como una defensora de los intereses del sexo débil: *La mujer será protegida, Sobre las mujeres, los hombres y la política*. Es típico que una mujer política describa *su propio círculo* durante la manipulación del discurso, no puede sino proteger los intereses de los representantes del sexo débil y aparece ante nosotros como una defensora de los intereses de las mujeres bajo encabezados como:

La profesión de maestra, tradicionalmente femenina para muchos países (y otros países), forma el siguiente estereotipo de *educadora, maestra: Lo principal es educar el alma, Espiritualidad y paz, Mantenerse al día*. Las tácticas de autopresentación positiva (*naturalidad y belleza, atractivo*) se reflejan en las siguientes expresiones: *Nunca he utilizado los servicios de creadores de imágenes, Mujer feliz* o *La edad favorita*.

Las propias mujeres políticas no siempre promueven el culto al hogar, esto se evidencia en los titulares: *No solo una anfitriona y una madre, Saber cómo caminar por el lado soleado de la vida, Y poesía, y negocios, y amor*. Para algunos países, la imagen de ama de casa feliz es económicamente beneficiosa, pero debido a sus actividades sociales, no se adhieren a esta posición. Los estereotipos de género son modelados por la sociedad, es decir, son prescritos por instituciones de control social y tradiciones culturales. En este sentido, los medios de comunicación masiva son un laboratorio para su desarrollo, y los ejemplos anteriores muestran una tendencia a crear un estereotipo moderno que no contradice los fundamentos de la sociedad y las tradiciones nacionales, sino que muestra a una mujer política como *segura de sí*

misma, fuerte, competente, exitosa, carrera, capaz de proteger los intereses de las mujeres, ama de casa hábil, madre amorosa.

Así, como muestra el análisis del material fáctico, los estereotipos de género han venido a reemplazar los estereotipos ideológicos, lo que indica el renacimiento y la autodeterminación de la autoconciencia de las mujeres.

Los estereotipos se pueden encontrar en todas partes del mundo y, de hecho, en todos los grupos. El estereotipo ejerce influencia para mantener a las personas al servicio del interés público. Gracias a los estereotipos descritos anteriormente, los medios de comunicación han contribuido, y para la generación moderna, la idea de una función «reproductiva» que requiere el desempeño de roles tradicionales -criar a los hijos y mantener un hogar se ha vuelto tan importante como la movilidad, liderazgo, crecimiento profesional, una posición social activa.

TAREAS TEÓRICAS

1. ¿Cuál es la diferencia entre la actividad del habla, el habla y el comportamiento comunicativo?
2. ¿Cómo es la estructura del acto de habla? ¿Por qué aboga por una unidad de tres niveles?
3. ¿Qué modelos existen para describir el comportamiento comunicativo?
¿Cuál es la descripción más adecuada de un grupo profesional?
4. ¿Qué medios lingüísticos explícitos e implícitos pueden servir para describir los parámetros del comportamiento comunicativo?
5. ¿Cómo se diferencian las estrategias de comportamiento comunicativo de los hombres y de las mujeres? ¿Cómo se involucra el factor psicológico en el comportamiento comunicativo de la persona?

EJERCICIOS PRÁCTICOS

1. Clasifique los actos ilocucionarios propuesta por J. Searle. Demuéstrelos con ejemplos.

2. Determine los parámetros de comportamiento comunicativo de género para el estudio académico. Comente su influencia en los resultados de estudios.

3. Busque un artículo y prepare una presentación sobre la descripción del comportamiento comunicativo de las especificidades nacionales de las personas o de una sola sociedad (grupo profesional).

4. Lea el artículo de M. Gallegos «Género y lenguaje: un análisis del discurso en Twitter» (Estudios de género: feminismos, violencias y temas emergentes. México: COMECSO, 2018. Vol. X. P. 1064–1095. Recurso electrónico) y determine las peculiaridades lingüísticas de discurso en las redes sociales respecto al género.

5. Lea los consejos de los psicólogos Allan y Barbara Pease cómo hablar con los hombres y analice el comportamiento de hombres, comparándolo con el de mujeres que pueda influir en el resultado de comunicación.

Las investigaciones muestran que los hombres utilizan una serie de reglas cuando se comunican entre sí. Aquí se detallan las reglas básicas del habla masculina, formuladas sobre la base de datos obtenidos como resultado de escáneres cerebrales y estudios de la circulación cerebral de un hombre.

- Habla con un hombre sobre un solo tema. El cerebro masculino está diseñado de manera diferente. Es como si estuviera dividido en pequeñas habitaciones, y en

cada habitación se resuelve una tarea determinada. Todas las habitaciones están aisladas unas de otras. No ofrezcas a los hombres varios temas al mismo tiempo. Separe sus ideas y pensamientos unos de otros. Discuta solo un tema a la vez.

- Dale al hombre la oportunidad de hablar. El cerebro masculino es capaz de hablar o escuchar. La mayoría de los hombres no pueden hablar y pensar al mismo tiempo. Por eso un hombre se esfuerza por hablar hasta el final. No interrumpas al hombre, déjalo terminar su pensamiento.

- Escuche a un hombre con cara seria. Los hombres creen que cambiar las expresiones faciales durante la comunicación es una señal de problemas psicológicos o emocionales. Cuando escuches a un hombre, mantén una expresión seria en tu rostro y utiliza pequeñas señales que demuestren que lo estás escuchando atentamente («Entiendo...», «sí-sí...»). Esto anima al hombre a ser más abierto y franco.

Pease A.&B., Easy Peasy: People Skills for Life, 2007.

6. Determine las características el comportamiento comunicativo del varón basándose en su experiencia vital.

7. Encuentre las unidades lingüísticas españolas que:

- Determinan el género gramatical y el sexo de las personas;
- Se usan asimétricamente en los tratamientos;
- Diferencias las titulaciones y profesiones por el criterio de género.

TEMA 8. LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVA Y SU INFLUENCIA EN EL CONCENTO DE GÉNERO

1. La función regulatoria de los medios de comunicación masiva.
2. Las normas sociales y el género en la prensa.
3. El género en las áreas retórica, cognitiva y discursiva de la comunicación masiva.
4. Estereotipos en la publicidad.
5. Estereotipos en el ámbito informativo.
6. El género en las redes sociales.
7. El discurso político en la prensa.

Las publicaciones periódicas, como una de las variedades más tradicionales de los medios de comunicación de masas, carecen de muchas de las ventajas de la televisión (la ilusión de la comunicación «en vivo», la presencia de una «imagen», el uso de medios paralingüísticos, amplias oportunidades para la formación de una «imagen periodística» hasta la forma de porte y apariencia). Pero, sin embargo, hoy es el medio de comunicación más importante, el que tiene un importante potencial para influir no solo en el lector, sino también en diferentes aspectos de la vida de la sociedad y, en consecuencia, en la socialización de género.

Al realizar las funciones anteriores, toma un lugar en la internalización, es decir asimilación esencial de los roles masculino y femenino, las relaciones de género y los valores. El periodismo, como cualquier manifestación de la cultura de masas y la conciencia de masas, es imposible sin ideas estereotipadas y estables sobre lo que está bien y lo que está mal, lo positivo y lo negativo.

Estos estereotipos se componen de ideas estables que se remontan a los preceptos de las religiones del mundo, las ideas del folclore y la experiencia nacional. Al mismo tiempo, los estereotipos tienden a cambiar con el paso del tiempo. Los medios de comunicación son agentes que ejercen presión tanto

informativa como regulatoria. Así, los estereotipos de masculinidad y feminidad encuentran su manifestación en todos los discursos de los medios, desde la publicidad hasta la política. La representación de las normas sociales se refleja en los estereotipos culturales y de género presentados en la prensa.

El estudio del discurso de la prensa sobre el material de dos secciones cronológicas (la prensa soviética de los años treinta y la prensa rusa de los noventa del siglo XX) mostró que las representaciones culturales de género observadas en los medios modernos dentro de las prácticas discursivas identificadas por M. Foucault («histerización y medicalización del organismo femenino», «pedagogización del sexo del niño», «socialización de la población procreadora», «psiquiatrización del placer pervertido»), no tuvieron lugar o fueron expresados débilmente en el discurso público soviético de antes de la guerra, que se caracteriza por mínimas asimetrías de género. La más importante es la idea del autor de que ciertos aspectos de los conceptos culturales de «masculinidad» y «feminidad» se actualizan en función de factores extralingüísticos: período histórico, orden social, ideología.

El uso de estereotipos de género, la masculinización o feminización del enemigo actúan muchas veces como método de lucha política (dudar de la masculinidad del enemigo y atribuirle propiedades femeninas o, por el contrario, atribuir propiedades masculinas a «lo nuestro»).

Dado que los conceptos de masculinidad y feminidad son polares, el estereotipo de los conceptos incluidos en estos conceptos puede tener una carga positiva o negativa. Según algunos estudiosos, la masculinidad de los «extraños» es la agresividad excesiva, la ambición, una demostración de la fuerza de los hombres o la «masculinidad» de las mujeres. La masculinidad de los «nuestros» son las cualidades de los «hombres verdaderos» que se correlacionan con la imagen del poder (responsabilidad, confiabilidad, justicia, racionalidad); estas mismas cualidades se pueden atribuir a «sus» mujeres. La feminización de los «extraños» es dudar de la masculinidad del enemigo para desacreditarlo. La feminización de lo «nuestro» – tanto de hombres como de mujeres – no conlleva una carga negativa

(por ejemplo, enfatizar el cuidado materno, la misericordia, la humanidad). En la lingüística moderna de los medios extranjeros, las más reconocidas son tres áreas en el estudio de la comunicación: retórica, cognitiva y discursiva.

Con toda la variedad de opciones modernas para el análisis crítico del discurso, todas se remontan metodológicamente a tres escuelas principales:

- análisis cognitivo del discurso de T. Van Dyck;
- análisis del discurso N. Fairclough;
- la escuela alemana de análisis crítico del discurso (Z. Eger, U. Maas, J. Link), en ella ocupa un lugar especial el análisis sociolingüístico del discurso de R. Wodak y sus colegas de la escuela vienesa de análisis del discurso (G Weiss, H. Ludwig, P. Novak, J. Pelikan, M. Sedlak).

Así, dado que los medios modernos son la principal fuente de manifestación de género, un mecanismo para mantener un cierto orden de las relaciones de género y participar en la producción y reproducción de significados que se encuadran en esquemas tipificados, el «género» se entiende como una de las características sistémicas del orden social, constantemente reproducido en las estructuras de conciencia, acción e interacción; las relaciones de género, en cambio, son como relaciones de poder que dan lugar a estratificaciones asociadas a la construcción de lo masculino y lo femenino.

Hay unas áreas más afectivas por los estereotipos de género, entre las cuales se encuentran los medios masivos, la publicidad y las redes sociales. El uso de estereotipos en la publicidad tiene la tradición bastante larga. Para aumentar las ventas las compañías hacían las concepciones muchas veces simplistas o erróneas sobre colectivos de personas, que no toman en cuenta las particularidades de cada individuo dentro de ese grupo. En la era digital las estrategias publicitarias, aplicadas en el negocio, se han cambiado considerablemente. Ha aparecido mucha publicidad destinada no a los grupos grandes de consumidores, sino a los individuos, determinando sus necesidades específicas. Entre los estereotipos que permanecen en la publicidad son los siguientes:

- simplificación de las características de un público;

- segmentación de los consumidores de forma amplia, basándose en prejuicios;

- falta de conocimiento de las particularidades de las personas dentro del grupo destinatario;

- refuerzo de papeles sociales existentes.

Lo habitual hasta que la igualdad de género y el sexismo han ganado fuerza y presencia en el debate social, era presentar una imagen de la mujer en los medios de comunicación sexualizada, dependiente, sumisa, dentro del ámbito privado o la esfera doméstica y con pocos papeles protagonistas. Con carácter general, hasta no hace mucho, la imagen predominante de la mujer en los medios de comunicación se circunscribía al ama de casa o a la madre o la profesional que también es madre, es decir, imágenes basadas en los estereotipos y roles de género tradicionalmente asociados con la mujer, como es el ámbito doméstico y la crianza y cuidado de los hijos (el rol de reproductora frente al rol productor del hombre). Si a estos estereotipos de la mujer cuidadora se le suma el hecho de ser también trabajadora, encontramos el estereotipo de la mujer «superwoman», capaz de afrontar sus responsabilidades profesionales, pero sin descuidar el hogar y los hijos.

En el ámbito informativo, estos estereotipos siguen presentes, puesto que pocas veces las mujeres son invitadas como expertas para tratar temas que no estén relacionados con el género, un hecho que, afortunadamente está cambiando, tal y como recoge el proyecto Monitoreo Global de Medios (GMMP) en su informe *Who Make the News*, que analiza muestras de contenidos noticiosos en los medios de comunicación globales cada cinco años y que en su último informe publicado en 2021, establecía que la categoría de fuente experta las mujeres habían pasado del 9% al 34%, una señal de que las cosas, poco a poco, van cambiando.

Aun así, de acuerdo con este estudio, la representación mayoritaria de la mujer en los contenidos analizados la presentan como ama de casa en el 75% de las veces y como desempleada en el 60%. Si nos vamos al entretenimiento, en especial a series y películas, lo cierto es que no nos hace falta recurrir a las cifras de ningún estudio para comprobar que el papel de la mujer, hasta hace relativamente poco tiempo (y

sin contar excepciones notables) ha sido el de personaje secundario, no siempre de coprotagonista, y como el interés romántico del protagonista masculino, en muchas ocasiones en el denominado papel de *damsel in distress* («damisela en peligro»), a la que el protagonista acababa salvando.

Y esto solo haciendo referencia a los estereotipos de género centrados en mujeres blancas y heterosexuales; si abrimos el abanico hacia otras realidades para mujeres de otras razas, etnias, culturas o religiones, de otras orientaciones sexuales, con discapacidad, etc., nos encontraríamos otra miriada de estereotipos que acaban conduciendo a prejuicios y discriminaciones muy presentes en la sociedad.

Así lo confirmó una investigación realizada por ONU Mujeres en 2019, con motivo del 20 aniversario de la Plataforma de Acción de Beijing, en la que se instó ya a los medios de comunicación a llevar a cabo acciones y medidas que apoyaran la promoción de las mujeres y de la igualdad. O el estudio, también realizado con el apoyo de ONU Mujeres, del Instituto Geena Davis sobre Género en los Medios sobre personajes femeninos en películas (este de 2014).

Estas investigaciones constaron de las siguientes cifras:

El 46% de las noticias (en medios impresos y en televisión) promueven estereotipos de género.

Solo un 6% de los contenidos noticiosos inciden sobre igualdad de género.

Solo el 30,9% de los personajes de ficción con líneas de diálogo son mujeres.

Solo el 22,5% de la fuerza laboral ficticia que aparece en películas son mujeres.

En los géneros de acción y aventura, solo el 23% de personajes con líneas de diálogo son mujeres.

Las mujeres constituyen el 7% de los directores, el 19,7% de los guionistas y el 22,7 % de los productores en la muestra del estudio.

Las jóvenes y las mujeres tienen el doble de posibilidades que los hombres de aparecer vestidas con ropas sugestivas, parcialmente desnudas o ser delgadas. Es decir, las jóvenes y las mujeres tienen más posibilidades de ser sexualizadas.

Las adolescentes (de 13 a 20 años) tienen la misma probabilidad de aparecer sexualizadas que las jóvenes (de 12 a 39 años).

Pese a que se han hecho algunos avances, algunas de estas cifras no han variado significativamente en los últimos años y eso lleva a que la presencia de estereotipos de los medios de comunicación todavía sigue vigente.

De ejemplos pueden servir las imágenes siguientes:

1. La mujer es la encargada de hogar. Este es uno de los estereotipos más extendidos en la publicidad. Son incontables los anuncios de jabones de loza, limpio pisos, detergentes, electrodomésticos o productos de cocina que tienen a las mujeres como protagonistas. Son ellas quienes lavan, cocinan, limpian y, en general, quienes deben cuidar a toda la familia. La controversia está en que el rol de la mujer ha cambiado radicalmente en las últimas décadas.

2. Los niños son exploradores y las niñas princesas. Las jugueterías son de las empresas que más usan los estereotipos de género en su publicidad. En sus anuncios muestran a niños inquietos, aventureros y seguros de sí mismos, mientras que las niñas se ven ordenadas, obedientes y soñando con encontrar un príncipe azul. De esta forma, excluyen otros comportamientos que los niños o niñas puedan tener.

3. Los deportes son para disfrute de hombres jóvenes. La publicidad asegura que todos los hombres son fanáticos de los deportes. Los anuncios muestran – casi exclusivamente – a un grupo de hombres jóvenes con cervezas animando eufóricamente a sus equipos en partidos de fútbol. Estos anuncios desconocen, por ejemplo, que la actividad deportiva puede ser disfrutada en familia o por personas de todas las edades.

4. La mujer siempre debe lucir bella. Los estereotipos de género en la publicidad le muestran a la mujer un ideal de belleza difícil de conseguir. Cuerpos delgados y tonificados o cabellos largos y perfectamente peinados son imágenes constantes en muchos anuncios. Este estereotipo niega otros tipos de cuerpos, de apariencias y estilos de las mujeres.

5. La mujer no maneja grandes autos. En muchos anuncios solo los hombres conducen vehículos grandes, relacionados con la aventura, mientras que las mujeres, si llegasen a aparecer en los anuncios, conducen coches pequeños en la ciudad.

6. Solo los hombres saben de tecnología. En anuncios donde aparecen celulares, computadoras o dispositivos tecnológicos, los hombres son en su mayoría los protagonistas. Mientras las mujeres los usan para selfis o mantener el contacto con sus seres queridos, los hombres ejecutan funciones más especializadas.

7. El hombre es fuerte y exitoso. Al igual que ocurre con las mujeres, los estereotipos en la publicidad han atribuido ciertos valores a los hombres. Así, es común ver anuncios donde los hombres dirigen compañías, salen a la aventura o se lanzan sin miedo a situaciones de riesgo.

El lenguaje y el vocabulario que se utiliza en los medios, junto a la forma en que se transmite la información crea una imagen social en la población. La publicidad que vemos diariamente es un gran mecanismo de penetración cultural, y una gran difusora de estereotipos tanto de género como culturales o raciales. De una manera u otra, la publicidad también genera percepciones, por lo que debemos analizar lo que nos transmiten los anuncios publicitarios. En cuanto a las mujeres o roles femeninos que aparecen en la publicidad, se siguen presentando estereotipos sexistas. A pesar de ello, poco a poco la publicidad se va modernizando en este sentido.

Básicamente, la relación entre estereotipos y publicidad se puede entender desde dos puntos:

1. Las marcas intentan vender un ideal inalcanzable, maximizando la necesidad del consumidor para satisfacerlo con sus productos.

2. Las marcas responden a los estereotipos, abrazan las diferencias y muestran que sus productos pueden ser usados sin distinciones.

El comportamiento discursivo de los políticos muy frecuentemente se analiza en el marco de la investigación pragmalingüística. En este sentido, conviene mostrar el lugar de la pragmática en las humanidades. La pragmática es un elemento de la tríada semiótica. El investigador estadounidense C.U. Morris divide la semiótica en

semántica, sintáctica y pragmática. Al mismo tiempo, en el marco de la semántica de C.U. Morris propuso estudiar «la relación de los signos con sus objetos», en el marco de la sintáctica – «la relación formal de los signos entre sí», y asignó a la pragmática el papel de estudiar «la relación de los signos con los intérpretes».

TAREAS TEÓRICAS

1. ¿Qué papel desempeñan los medios de comunicación masiva en formación de estereotipos en la sociedad? Defina «estereotipo» y muestre la clasificación de los estereotipos de género existentes.
2. ¿Qué estereotipos de género se utilizan para representar la masculinidad y la feminidad?
3. ¿Cómo afectan los procesos de expansión cultural y globalización al parámetro de género de una persona?
4. ¿Qué es el género en un anuncio publicitario?
5. ¿Cómo influye la publicidad en los estereotipos de género?
6. ¿Cómo se utilizan los estereotipos en la publicidad?
7. ¿Qué estereotipos refuerzan los anuncios publicitarios?
8. ¿Cómo luchar contra los estereotipos en la publicidad?
9. ¿Qué función tienen los medios de comunicación en la promoción de estereotipos y consumismo?

10. ¿Qué características tiene el discurso político en la prensa desde el punto de vista de género?

TAREAS PRÁCTICAS

1. Identifique estereotipos de género para entender cómo se construyen socialmente las identidades de género.

2. Deconstruya roles de género tradicionales y reflexionar sobre nuevos roles de género más equitativos.

3. Prepare un informe sobre la diferencia del contenido de los conceptos de feminidad y masculinidad en diferentes idiomas y culturas.

4. Muestre los aspectos positivos y negativos del uso de estereotipos en la vida cotidiana.

5. Prepare una presentación sobre el tema de la transformación de los estereotipos de género en el español actual.

6. Proponga ejemplos que muestren cómo los estereotipos de belleza en las redes sociales afectan al público.

7. Redacte un anuncio publicitario evitando estrategias de publicidad sexista. Cuente qué medios verbales hay que evitar.

8. Analice las ideas expresadas en el artículo de «Vanguardia». ¿Podrías encontrar los ejemplos parecidos en otros tipos de textos? ¿Dónde?

La Generalitat ha editado un manual para «erradicar» – se ha dicho – el uso del lenguaje sexista y androcéntrico. Correcto. Para ir superando la discriminación de la mujer no solo hay que evitar el estereotipo que tradicionalmente la relaciona con las tareas domésticas o que la entroniza como mujer objeto, sino que hay que divulgar fórmulas alternativas para que el lenguaje prescinda de la carga machista que en demasiados casos presenta. Claro que la cosa no es tan sencilla como supone lo políticamente correcto. No basta con ir diciendo todos y todas cada dos por tres, como oímos en sus farragosos discursos a algunos – y algunas – políticos/as. Mucho menos se trata de invocar a todos los ciudadanos y todas las ciudadanas cuando bastaría con un simple apelar a la ciudadanía.

Pero pudiendo decir el profesorado en vez de los profesores y el electorado en vez de los electores, se ve que ya cumplimos. Si para decir los obreros se nos aconseja utilizar el personal o la plantilla (por no recurrir a más sofisticados eufemismos como sería la masa laboral o la fuerza productiva), ¿cómo decir en políticamente correcto los niños refiriéndose también a las niñas? ¿Las criaturas?

A propósito, ¿no tendríamos que erradicar de una vez eso de los niños que en catalán coloquial procede del castellanismo enano? O esa ridiculez de las madres y los padres para referirse a los progenitores como un conjunto al que antes de la proliferación de las AMPA nosotros llamábamos sencillamente los padres (y que a veces quería decir también los curas). El lenguaje – o la lengua, si ustedes prefieren – es una convención heredada. En este sistema convencional de signos, antes orales que gráficos, «el género es un accidente gramatical que sirve para indicar el sexo de las personas o de los animales y el que se atribuye a las cosas», como dice el Diccionario ideológico de la lengua de Julio Casares. No se ignore que en esta convención prevalece el masculino plural para designar a un conjunto de personas pertenecientes a ambos sexos (como por poner un ejemplo, los abuelos, los hermanos...).

Costará mucho cambiar las estructuras profundas de un lenguaje masculinizado desde los más remotos tiempos. Por mucho que poco a poco consigamos borrar las diferencias en la representación verbal de mujeres y hombres. O por mucho que feminicemos las profesiones hablando de *mossa d'esquadra* o de jueza incluso allí donde a veces algunos/as puristas de la no discriminación preferirían utilizar siempre el masculino (*mosso*, juez, o poeta y no poetisa, también para referirse a una mujer).

Si el lenguaje hace distinción gramatical de género es porque la realidad lo demanda.

Distinguir, o diferenciar, no tiene por qué considerarse ya discriminar. «Si la lengua es un sistema – escribía Amado Alonso en el prólogo de la edición castellana del *Cours de linguistique générale de Ferdinand de Saussure* –, ¿quién sino el espíritu de los (y de las, podríamos añadir ahora nosotros) hablantes lo ha hecho sistemático y lo mantiene como tal?»

El lenguaje es una convención cultural, no algo heredado biológicamente. Puede, pues, cambiarse. Pero costará mucho: tanto en su formulación oral como escrita, en su linealidad, nuestras lenguas traducen, ya de raíz y en bloque, las estructuras mentales, ¡ay!, la lógica del macho dominante.

TEMA 9. INDICADORES LINGÜÍSTICOS DE GÉNERO EN EL HABLA

1. Las diferencias de género en los niveles de la lengua e interacción social.
2. Las diferencias cognitivas de hombres y mujeres y el lenguaje.
3. Los malentendidos en conversaciones mixtas y sus razones.
4. La visibilidad de las mujeres en el nivel conceptual y en la morfología del español.

Las diferencias de género en el habla pueden ser explícitas, que se representan en formas gramaticales, o sutilmente veladas, y requieren un estudio e identificación especiales. Esto lo demuestran los estudios sociolingüísticos fundamentales de J. Coates, D. Cameron, D. Tannen y otros, así como una explicación cognitiva de las características identificadas. Cabe señalar que las diferencias sirven para explicar muchas conexiones con varios aspectos de la imagen del mundo.

La diferenciación de la especificidad verbal según el género del hablante se manifiesta en diferentes lenguas en general y en los niveles lingüísticos. Muy a menudo, las diferencias son más pronunciadas en el vocabulario y, en menor medida, en la sintaxis. Basándose en esto, los lingüistas generólogos dividen las lenguas en masculino y femenino. El dominio masculino o antropocentrismo es característico de muchas lenguas. Investigadores extranjeros: R. Lakoff, D. Cameron, J. Coates, D. Tannen cubrió en sus trabajos los detalles del comportamiento verbal masculino y femenino.

T. Taifel, el creador de la teoría de las relaciones intergrupales y el cambio social, cree que las mujeres pertenecen a un grupo con un estatus inferior al de los hombres, por lo tanto, para alcanzar el nivel de los hombres, se distinguen dos estrategias en la interacción de los grupos:

- 1) relacionarse con miembros de su grupo, y no con superiores;

2) la adhesión de miembros individuales a un grupo que es más alto en estatus. Si por un lado se niegan a elevar su posición en la sociedad, intentarán hacer cambios en su grupo. T. Teifel enfatiza que pueden hacerlo a través de tres etapas, que históricamente tienen lugar en una secuencia determinada:

1) tratan de lograr la igualdad aceptando los valores del grupo superior, esta estrategia se llama asimilación;

2) tratan de revisar las características que la sociedad percibía como negativas y tratan de darles una valoración positiva;

3) están tratando de crear nuevas medidas para comparar con el estado del grupo anterior. Este algoritmo funciona para crear una imagen clara. En la actualidad, es posible que una mujer que abandona un grupo de menor estatus compare sus capacidades con las de un hombre. Surge entonces la pregunta, ¿cómo el lenguaje, que es uno de los medios para lograr este fin, puede ayudar en esta situación? La asimilación es la principal estrategia de una mujer para comunicarse por igual con un hombre. Las mujeres se asimilan al grupo dominante de la siguiente manera:

1) utilizan una voz grave (timbre bajo);

2) utilizan palabras obscenas y lenguaje tabú;

3) adoptan un estilo competitivo en la interacción grupal;

4) adaptan características más propias de los hombres;

5) discuten en sociedad sobre temas de hombres: negocios, política, economía;

6) se comunican usando acentos no estándar.

Además, en el discurso de los hombres, a menudo se pueden escuchar «apelaciones a la opinión de otra persona», es decir, notas al pie y citas. Las diferencias en el comportamiento verbal se reflejan inequívocamente en el nivel semántico. K. Kramer utilizó el método del diferencial semántico para demostrar que el conjunto de rasgos diferenciales que componen los significados de las palabras «sexo», «amor» y «hogar» es significativamente diferente en mujeres y hombres. Pero no solo el género influye en el comportamiento del habla, sino también la edad, la profesión, la educación y la crianza.

La investigación neurolingüística muestra datos interesantes en el campo de la conducta comunicativa. Probó experimentalmente, aunque a nivel fragmentario, la existencia de diferencias entre hombres y mujeres en el área de funcionamiento de los lóbulos cerebrales responsables de la actividad del habla.

Las peculiaridades del lenguaje de mujeres y hombres se explican no solo por las diferencias biológicas, la distribución de las esferas sociales de la comunicación lingüística, sino también por la esfera de la conciencia lingüística, un entorno dinámico y complejo que existe en forma de una variedad de habla y representa la unidad de los procesos cognitivos, emocionales y lingüísticos.

Como saben, la acumulación de experiencia cognitiva es el resultado de la actividad cognitiva, que está determinada por las capacidades cognitivas, emocionales y físicas del individuo. La dependencia de estas habilidades del parámetro biosocial se manifiesta en lo siguiente:

- en las diferencias en el ámbito de las emociones, la expresividad emocional se atribuye a las mujeres y la agresividad a los hombres;
- en las características de los procesos cognitivos (especialmente a nivel del procesamiento fonético de la información), que se asocia con una excitación difusa de las células cerebrales en las mujeres y más localizada en los hombres.

La explicación de que la competencia cognitiva fuera privilegio de los hombres es el hecho de su mayor acceso a la educación ya otros ámbitos de la vida pública. Considerando la conciencia lingüística, uno no debe olvidarse del proceso de conceptualización. Siguiendo a R. Langaker, entendemos por conceptualización cualquier aspecto de la experiencia mental, en particular, aquella que incluye el procesamiento por parte del hablante de cualquier contexto físico, social y discursivo.

Las observaciones lingüísticas coinciden con la hipótesis de los psicólogos de que el concepto de «yo» de una mujer tiene límites menos rígidos y deterministas y se extiende a otros conceptos con rasgos prototípicos pronunciados de parentesco, así como cercanía espacial y temporal. En los hombres, el concepto de «ego» está

delineado por límites más rígidos. Al mismo tiempo, se encontró que, con un aumento en el nivel de educación, se borran las diferencias en el habla.

En grupos de mujeres, la discusión de un tema lleva media hora y el intercambio de información afecta más a lo personal, es decir, la esfera de los sentimientos y las relaciones, los hombres, por el contrario, se distinguen por cambiar frecuentemente de un tema a otro, diciendo chistes relacionados principalmente con la superioridad y la agresión. La información personal retrocede a un segundo plano, dando paso a la conciencia de los eventos actuales, los viajes y los deportes. La gestión de la conversación también tiene diferenciación de género. Las mujeres están atentas entre sí en términos de participación y haciendo cola en una conversación y tienden a disculparse si su discurso tomó mucho tiempo.

A los miembros de un grupo de mujeres les preocupa que todos participen en la conversación y no les gusta que el interlocutor los domine. Los grupos masculinos, por otro lado, compiten por el liderazgo y con el tiempo establecen una jerarquía estable de quienes dominan la conversación y quienes hablan muy poco. A los hombres les gusta hablar en público, las mujeres prefieren las conversaciones uno a uno. El modelo propuesto por H. Sachs es aplicable a una conversación en un grupo masculino y sigue dos reglas: un hablante a la vez, luego hay un cambio de hablante, en un grupo femenino este modelo no funciona, ya que pueden hablar varias personas al mismo tiempo.

D. Maltz y R. Broker analizaron las diferencias en los malentendidos en conversaciones mixtas. Desafían la noción de que los hombres tienen diferentes reglas para entablar una conversación.

Por lo tanto, surgen los siguientes problemas de comunicación:

1) las respuestas mínimas de las mujeres de «Sí» y «Mm», que significan «Soy consciente y apoyo su derecho a hablar», los hombres las usan con menos frecuencia, lo que significa «Estoy de acuerdo». Estas interpretaciones conducen a serios problemas en la comunicación. Primero, piensan que las mujeres están de acuerdo con ellos y se molestan mucho cuando no es así. En segundo lugar, las mujeres se

sienten confundidas por el uso poco frecuente de este tipo de respuestas y condenan a los hombres por no prestar atención.

2) el significado de las preguntas. Las preguntas tienen diferentes significados para hombres y mujeres. Las mujeres los usan más a menudo como parte de una estrategia de conversación. Las preguntas son actos de comunicación que requieren coherencia en el acto de comunicación, es decir, respuesta, ya que el uso de preguntas es una señal de continuar la conversación. Además, las mujeres suelen utilizar preguntas retóricas. Y si ella pregunta: «¿Qué voy a hacer realmente con mi esposo?», no está pidiendo que la sermoneen, se considera que es su invitación a unirse a ella en su problema. Pero para los hombres, las preguntas se consideran solicitudes de información y las respuestas deben contener la información solicitada. Por lo tanto, existen cruces de incompreensión entre las formas directa e indirecta: los hombres interpretan las preguntas como una evaluación del rostro y las mujeres como apoyo en el flujo de la conversación.

3) comunicación entre el turno de palabra. Cuando el orador entra en la conversación, la mujer puede reconocer abiertamente su contribución temática a la conversación y luego continuar con el tema que se discutió antes. Este movimiento es típico de las mujeres. Los hombres, por el contrario, ignoran todo lo que se ha dicho antes.

Estas no son todas las diferencias de género, y debemos recordar que la diferenciación de género está interconectada con la diferenciación social. A través del uso del lenguaje, nos convertimos en miembros de la sociedad más conscientes del género: tanto el lenguaje como el género evolucionan con nuestra experiencia social. En otras palabras, lenguaje y género no pueden ser considerados por separado, sino en una relación interdisciplinaria. El sexismo lingüístico alude a la discriminación o invisibilización por razón de sexo a través de usos lingüísticos, ya sean palabras o estructuras. Más concretamente, Cabeza Pereiro lo define como la «distribución inocua de prácticas lingüísticas¹ a partir de la preminencia de un género gramatical con base en motivaciones ideológicas de índole cultural y tradicional». Esta interpretación hace especial énfasis en el género gramatical y aquí

es donde se encuentra el foco de la polémica. Alrededor de los años 60-70, desde el feminismo se propone separar los rasgos puramente biológicos que se enmarcan bajo el concepto de sexo de los que se le atribuyen social y culturalmente.

Para definir este constructo social se acuñó el término género, central en los estudios feministas, en general, pero también en los lingüísticos, puesto que abrió el debate sobre el uso del lenguaje para la representación y visibilización de las mujeres. En Estados Unidos se comienza a plantear el conocido como «doblete de género» (por ejemplo, con la utilización de *he* o *she* en lugar de *he* como genérico), mientras que en España las primeras reivindicaciones se relacionan con la feminización de algunas profesiones. A partir de los 80, la incorporación de la mujer al mundo laboral impulsa la creación de estos femeninos o su aplicación a mujeres profesionales – y no a su condición de esposas, si bien hasta el año 2001 no aparece en el Diccionario de la Real Academia Española el desdoblamiento médico/ca con la nota: «Se usa también la forma en masculino para designar el femenino», que desaparecerá posteriormente en la actualización de 2014.

En la misma línea, a pesar de que existen trabajos tempranos para el español, como el de Delia Surdiaz de 1973, *Sexism in the Spanish Language*, se traducen tardíamente (el citado de D. Surdiaz no puede leerse en español hasta el año 2002). Con la evolución de los movimientos sociales de género a principios del siglo XXI, tanto del feminismo como del movimiento LGTBIQ+, surge el concepto de lenguaje inclusivo, que promueve alternativas lingüísticas, ya sean léxicas o gramaticales, para evitar el uso del masculino genérico, al considerar que incurre en la invisibilización tanto de las mujeres como de las identidades que se encuentran fuera del género binario.

Las propuestas de lenguaje inclusivo poseen diferentes grados de gramaticalidad. En orden decreciente estas son las principales: sustitución del genérico por sustantivos que no distinguen sexo, por ejemplo, sustantivos epicenos, pseudoepicenos, o sustantivos colectivos; la feminización de ciertos sustantivos, como los referidos a profesiones, jueza, médica; el desdoblamiento, los niños y las niñas; y los morfemas flexivos -x, -@ y -e, todxs, tod@s o todes.

Muchos de los estudios tratan de resaltar la importancia de la diferenciación de tres niveles: el nivel sintáctico, el morfológico y el léxico. Se argumenta que el sexismo no está presente en todos ellos y que tampoco tienen la misma relevancia a la hora de reflejar el cambio social. Desde esta perspectiva, se admite la posición de desigualdad de la mujer en la sociedad y no se niega que el sexismo se exprese a través del lenguaje, al igual que cualquier ideología. Sin embargo, se rechazan ciertas propuestas que se pueden considerar perjudiciales para la lengua y la comunicación o que simplemente no están justificadas desde criterios puramente lingüísticos o gramaticales.

En esta línea se argumenta que los cambios en la gramática no han demostrado lo que fue suscrito por quinientos lingüistas y que surgió tras las reacciones adversas, motivando la publicación de «Sexismo lingüístico y visibilidad de la mujer», respaldado por otros académicos de la Real Academia Española, se define la gramática como un «sistema formal donde se combinan elementos mediante una serie de reglas complejas que no reflejan ni directa ni indirectamente la cultura de la sociedad que habla la lengua». Se descarta, consecuentemente, que las unidades gramaticales sean relevantes en el pensamiento social. En palabras de Gil «la postulación y la defensa de la igualdad de género se despliegan en el nivel conceptual, no en la morfología».

Una muestra de esto se encuentra al abandonar la mirada eurocéntrica para fijarse, por ejemplo, en la existencia de 8 o 9 géneros en muchas lenguas africanas, entre los que no se encuentran ni el masculino ni el femenino, sin que ello se traduzca en una mayor igualdad social entre géneros. Para aclarar la relación entre el género y la construcción lingüística del referente, Marqueta pone de relieve la perspectiva biopsicosocial, que añade el concepto de «sujeto» a la tradicional oposición sexo-género.

La unidad léxica estaría entonces compuesta por tres elementos: por una parte, la realidad extralingüística a la que hace referencia el exponente léxico, que puede ser un referente sexuado; después, el reflejo semántico de esa realidad externa, que no es sexuado en sí mismo, y finalmente la manifestación formal de la relación entre

lenguaje y distinción de sexo, que es opcional. Por tanto, el género puede tener diversos efectos en la construcción de significado: puede establecer diferencias semánticas (el pendiente, la pendiente), puede reflejar el sexo del referente (reina, alcaldesa) o puede ser completamente arbitrario (la estantería, el diccionario).

No se puede establecer, consecuentemente, una correspondencia entre género y sexo en todos los sustantivos. Para ver más claramente los tipos de sustantivos referidos a seres sexuados según su variabilidad de forma en función del sexo del referente, Escandell Vidal establece la siguiente clasificación: afectar el pensamiento de los hablantes.

Así, si bien las terminaciones de sustantivos como hijo/hija se han interpretado como morfemas de género, es decir, como segmentos portadores de la información morfológica relativa al sexo, se ha defendido también que, en realidad, no se corresponden con dos variantes de la misma palabra, sino con dos palabras diferentes. Hija no es la versión femenina del referente hijo ni viceversa. Ambas se refieren a dos conceptos distintos, como son hombre y mujer, y tienen la misma raíz por economía lingüística. Este análisis plantea que -o y -a no son marcas de género en esos casos, tal y como sucede en los sustantivos de género inherente.

Simplemente, existe la tendencia de que, en español, las palabras que terminan en -o son masculinas; en -a, femeninas, y en consonante u otras vocales, masculinas o femeninas. Se entiende, por tanto, que no habría en la terminación -a ninguna característica intrínseca que se refiriera al sexo o a la identidad femenina, puesto que su valor no es semántico, sino únicamente formal. De acuerdo con esto, los morfemas flexivos solo están presentes en los elementos abdominales, como los adjetivos.

En estos casos, las variantes de una misma forma, por ejemplo, del adjetivo claro/a/os/as, reflejan la concordancia dictada por los nombres, de modo que su género no es propiamente informativo. Así, no podría considerarse sexista una estructura del tipo Eva y Juan son muy listos, dado que se desencadena por un efecto de concordancia, que, ante posibles conflictos, posee una jerarquía que permite resolverlos de forma sistemática. Modificar la secuencia con una concordancia en

femenino (Eva y Juan son muy listas) obligaría a revisar las implicaciones culturales sobre el carácter masculino de Juan, con lo que sería menos efectiva comunicativamente. En esta misma línea hay argumentos que no hay nada inherente, por ejemplo, en la palabra ciego que exprese el sexo del referente, sino que simplemente significa «sin visión».

El sintagma *las ciegas* tendría un valor referencial semejante al del artículo determinado frente al del indeterminado, es decir, permitiría un mayor grado de especificación. En general, el reconocimiento del masculino como género no marcado en español, implica negar la necesidad de desarrollar un lenguaje inclusivo y un rechazo de sus propuestas. Precisamente para explicar la ineficacia de este tipo de dobles de género, Roca insiste en el significado intrínseco de las palabras y las relaciones de hiperonimia. Esta relación funciona de manera que una palabra contiene intrínsecamente el significado de otra, sin que esa pertenencia se dé de manera inversa. Es decir, ciruela contiene intrínsecamente el significado de fruta, puesto que la ciruela es una fruta. Sin embargo, fruta no contiene en su significado intrínseco el de ciruela, porque hay más tipos de fruta. Fruta es el hiperónimo de ciruela, fresa, manzana, etc., que son sus hipónimos, y no tendría sentido decir *La fruta y las ciruelas son sanas*.

Aunque en un plano gramatical equivalentes secuencias como los vascos y las vascas. En los vascos no habría ninguna característica intrínseca que exprese sexo masculino y el único motivo por el que adquiere ese valor es la coordinación con las vascas. Finalmente, tampoco las propuestas menos agresivas contra el sistema gramatical gozan de plena aceptación. Por ejemplo, Bosque rechaza el uso de sustantivos abstractos como niñez en lugar de los niños debido a que no existe una verdadera equivalencia semántica entre ambos, por lo que ese tipo de sustituciones provocaría problemas comunicativos y pérdida de matices en las palabras.

TAREAS TEÓRICAS

1. ¿Qué medios del lenguaje se utilizan para construir la identidad de género?

2. ¿Qué restricciones impone el factor de género en el uso de las unidades lingüísticas?

3. ¿Cómo se fijan estas restricciones en las obras lexicográficas y otras normativas?

4. ¿Cómo cambia la descripción de la semántica en relación con la recepción de nuevos datos? ¿Las restricciones son absolutas?

5. ¿Cuál es el grado de interdependencia mental entre la categoría lingüística de género y la categoría extralingüística de género en diferentes lenguas y culturas?

6. ¿Hasta qué punto el género puede ser considerado una categoría sociolingüística y qué cambios en los procedimientos de investigación supondrá el paso de asignar el estatus de categoría sociolingüística al género a considerarlo como un parámetro de intensidad variable?

7. ¿Cómo interactúan los rasgos caracterológicos de la lengua con la construcción de la identidad de género (contribuyen a su acentuación o la suprimen)?

8. ¿Qué sistemas semióticos, junto con el lenguaje, están involucrados en la creación de la identidad de género y cómo interactúan? ¿Qué es lo más estable en la construcción lingüística de la identidad de género y qué está sujeto a cambios más rápidos?

TAREAS PRÁCTICAS

1. Seleccione tipos de discurso institucionales y no institucionales e identificar marcadores de género en todos los materiales de lenguaje y comunicación que representan la diferenciación de género.

2. Lea la lista de tácticas y determine al agente que suele comportarse de esta manera desde el punto de vista de los estudios de género.

- Participa en la conversación son esperar su turno considerando que la conducta activa revela gran interés en el tema.

- Las emociones en su cara se cambian en el proceso de la comunicación, no las oculta.

- Empieza a confiar al interlocutor si el último cuenta detalles de su vida personal y revela emociones en el proceso de comunicación.

- Usa oraciones largas.

- Puede hablar de unos temas a la vez.

- Nunca empieza la conversación de lo más importante.

LITERATURA

Агеєва В. П., Кобелянська Л. С., Скорик М. М. *Основи теорії гендеру*. К.: «К.І.С.», 2004. 536 с.

Андрійченко Ю. В. Іспаномовні гендерні картини світу: динаміка розвитку на сучасному етапі. *Мовні і концептуальні картини світу*, 2018. Вип. 2 (64). С. 13–18. URL: <https://mova.knu.ua/wp-content/uploads/2019/11/1-1.pdf>

Андрійченко Ю. В. Лексичні зміни в сучасній іспанській мові з огляду на фемінізацію назв професій. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Філологія*, 2018. № 37. Том 2. С. 8–10. URL: http://www.vestnik-philology.mgu.od.ua/archive/v37/part_2/4.pdf

Андрійченко Ю. В. *Функціонування гендерних стереотипів в іспаномовному просторі: лінгвопрагматичний аспект*. К.: Освіта України, 2013. 240 с.

Архангельська А. М. До питання про статус маскулінізму в лінгвістичній гендерології. *Наукові записки. Серія «Філологічна»*, 2010. Вип. 17. С. 11–21.

Варикаша М. Гендерний дискурс: семіотичні аспекти. *Слово і час*, 2008. № 7. С. 83–89.

Галустян Ю. М., Новицька В. П. Деякі аспекти гендерної ідентифікації та соціалізації особистості. *Український соціум*, 2004. № 1 (3). С. 7–13.

Говорун Т. В., Кікінежді О. М. *Гендерна психологія*. К.: ВЦ «Академія», 2004. 308 с.

Журенко Я. Проблема методології в гендерних лінгвістичних дослідженнях. *Актуальні питання гуманітарних наук*, 2019. Вип. 26. Том 1. С. 93–98. URL: <https://doi.org/10.24919/2308-4863.1/26.195813>

Корольова В. В. *Гендерна лінгвістика*. Дніпро: ЛІРА, 2019. 84 с.

Космеда Т. А. *Гендерна лінгвістика в Україні: історія, теоретичні засади, дискурсивна практика*. Харків: ХНПУ ім. Г. С. Сковороди; Дрогобич: Коло, 2014. 472 с.

Левченко О. Лінгвістичні дослідження гендеру в Україні. *Human. Computer. Comunication*, 2017. Lviv. С. 74–83. URL: <https://ena.lpnu.ua:8443/server/api/core/bitstreams/1c48091f-b386-46cd-9427-ce3ad7ce9e3c/content>

Маслова Ю. П. Моделювання гендерних стереотипів сучасної жінки та сучасного чоловіка на сторінках друкованих ЗМІ. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Філологічна»*. Острог: Вид-во НаУ «Острозька академія», 2010. Вип. 17. С. 275–285.

Маслова Ю. П. Особливості розвитку гендерних лінгвістичних досліджень в Україні й за кордоном. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»*, 2015. Вип. 54. С. 100–105.

Мельник Ю.П. Об'єктивація гендерних стереотипів у сучасній лінгвістичній науці. URL: http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/VZhDU/2009_45/23_45.pdf

Миронова Н. Гендер у лінгвістиці. Чоловіча і жіноча мова. *Актуальні проблеми слов'янської філології. Лінгвістика і літературознавство*, 2004. Вип. 9. С. 347–354.

Попова Н. М. Варіювання прототипних категорій концепту *machismo* в національній концептосфері Іспанії XVI–XXI століть. *Південний архів (філологічні науки)*, 2018. Вип. 73. С. 121–124. URL: <http://www.pa.stateuniversity.ks.ua>

Попова Н. М. Відмінності лексичних засобів актуалізації ціннісної складової національно-маркованих концептів у чоловічому та жіночому мовленні іспанців. *Південний архів (філологічні науки)*, 2018. Вип. 75. С. 79–82. URL: <http://www.pa.stateuniversity.ks.ua>

Словник гендерних термінів / Укладач З. В. Шевченко. Черкаси: видавець Чабаненко Ю., 2016. 336 с. URL: <http://a-z-gender.net/ua/gendernij-stereotip.html>

Ставицька Л. О. Сучасний стан лінгвогендерологічних досліджень в Україні. *Мовознавство*, 2008. № 2–3. С. 236–246.

Ставицька Л. О. Гендерна лінгвістика: українська перспектива *Українська мова*, 2004. № 3. С. 58–66.

Тараненко О. О. Номінація осіб жіночої статі і гендерний рух (у сучасних європейських мовах). *Проблеми зіставної семантики*, 2005. Вип. 7. С. 15–21.

Швачко С. О. Соціолінгвістичні аспекти гендерної проблеми. *Вісник Харківського нац. унів. ім. В. Н. Каразіна*, 2003. № 609. С. 89–93.

Alario C., Bengoechea M., Lledó E., Vargas, A. *Nombra: la representación del femenino y el masculino en el lenguaje*. Madrid: Ministerio de Asuntos Sociales. Instituto de la Mujer; Junta de Andalucía: Instituto Andaluz de la Mujer, 2008.

Ayala Castro M. C., Guerrero Salazar S., *Guía para un uso igualitario del lenguaje administrativo*. Huelva: Diputación Provincial de Huelva, 2006.

Bosio I. V. *El género del lenguaje y el lenguaje de género*. Buenos Aires: EUDEBA, 2023. 208 p.

Carulli A., Luque F., Ramírez Barahona P., Restaino R. Desarmando estereotipos en la publicidad. *ONU Mujeres*, 2023. 30 p. URL: https://lac.unwomen.org/sites/default/files/2023-12/desarmando_estereotipos_completo_final.pdf

Centro de Investigaciones Sociológicas. Percepciones sobre la igualdad entre hombres y mujeres y estereotipos de género. *Nota de Prensa*, 2024. URL: https://www.cis.es/documents/20120/2461672/NP_Percepcion+Igualdad.pdf/31418264-a1d8-36cb-b7df-c806f17466cc?t=1705310408962

Coats J. *Women, Men and Language. A Sociolinguistic Account of Gender Differences in Language*. Taylor and Francis Group, 2004. 264 p. DOI:[10.4324/9781315835778](https://doi.org/10.4324/9781315835778)

Donoso-Vázquez T., Velasco Martínez A. ¿Por qué una propuesta de formación en perspectiva de género en el ámbito universitario? *Profesorado. Revista de currículum y formación del profesorado*, 2013. 17 (1). P. 71-88.

Junyent Figueras M. C., Comellas Casanovas P. *Antropología lingüística*. Aranda de Duero: SINTESIS, 2019. 236 p.

Gabarró D. *Transformar a los hombres un Reto Social*. Madrid: QSM, 2008, 132 p.

García Meseguer A. *Lenguaje y discriminación sexual*. Barcelona: Montesinos Editor, S.A., 2012, 98 p.

Manero P. Cómo afectan los estereotipos de género la experiencia masculina. *NotiPress*, 2023. URL: <https://notipress.mx/actualidad/dia-del-hombre-2023-como-afectan-los-estereotipos-de-genero-18124>

Mateo J. J. Ayuso, sobre el 44% de hombres que se cree discriminado frente a las mujeres: «Claro que se genera esa sensación». *El País*, 2024. URL: <https://elpais.com/espana/madrid/2024-01-16/ayuso-sobre-el-44-de-hombres-que-se-cree-discriminado-frente-a-las-mujeres-claro-que-se-genera-esa-sensacion.html>

Provencio Garrigós P. *Indicadores lingüísticos para el discurso igualitario*. Alicante: Universidad de Alicante, 2015. URL: <https://ice.ua.es/va/jornadas-redes-2015/documentos/tema-1/410758.pdf>

Provencio Garrigós H. La ‘otredad’ del género en la Lengua y el discurso del siglo XXI. Análisis del discurso oral de mujeres latinoamericanas y españolas. En: T. Fernández Ulloa (Ed.), *Otherness in Hispanic Culture*, 2014. Cambridge Scholars Publications. P. 167–208.

Provencio Garrigós H. La perspectiva de Género en la escritura y en la oralidad académicas. *Investigaciones educativas en escenarios diversos, plurales y globales*, 2014. Madrid: Editorial EOS. P. 177–192).

Diccionario de la Lengua Española (Edición 2023). Real Academia Española, 2023.

Vilches J. La «rebelión masculina» o por qué los hombres se ven discriminados. *La Razón*, 2024. https://www.larazon.es/cultura/rebelion-masculina-que-hombres-ven-discriminados_2024012165ac592ad8aa250001ced2ae.html

Yusta Tirado R. Las percepciones en materia de discriminación entre hombres y mujeres y las implicaciones de la semántica y el lenguaje. *TSDifusión*,

2024. Cádiz: Publicaciones de los colegios profesionales de Cádiz, Huelva y Málaga. URL: <https://www.tsdifusion.es/las-percepciones-en-materia-de-discriminacion-entre-hombres-y-mujeres-y-las-implicaciones-de-la-semantica-y-el-lenguaje>



Видавець «ФОП Середняк Т.К.», 49000, Дніпро, 18, а/с 1212

Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи до Державного реєстру
видавців, виготівників і розповсюджувачів видавничої продукції ДК № 4379
від 02.08.2012.

Ідентифікатор видавця в системі ISBN 8489

49000, Дніпро, 18, а/с 1212

тел. (096)-308-00-38, (056)-798-04-00

E-mail: 7980400@gmail.com