

La percepción del género en el discurso: el habla de Flipa de *El hormiguero*

Nadine CHARIATTE¹

Resumen: Si bien es cierto que hay algunas diferencias entre el habla femenina y masculina, las hay más pronunciadas aún si de estereotipos se trata. El foco de interés de este estudio es cómo Flipa, un personaje femenino actuado por un hombre en el programa *El hormiguero*, es percibido por hombres y mujeres, comparando una audiencia hispanohablante con una suiza. El análisis, que cuenta con una parte cuantitativa y otra cualitativa, se ha realizado sobre la base de los datos obtenidos de encuestas acerca de la percepción del habla de Flipa. En general, para los hombres las actuaciones de Flipa son más convincentes que para las mujeres. Ha de señalarse además que los participantes suizos no solo juzgan a Flipa en el eje mujer-hombre, sino que aquí también entran en juego los estereotipos que sobre los españoles tienen los suizos.

Palabras-claves: Percepción; Género; Performance.

Abstract: There are certain differences in how women and how men speak, and there are even more stereotypes. The focus of analysis is on how Flipa, a female character played by a man in the programme *El hormiguero*, is perceived by men and women, comparing a Spanish-speaking and a Swiss audience. The study consists of a quantitative and a qualitative analysis of a survey about Flipa's perception. For men, Flipa's performance is more convincing than for women. Furthermore, the Swiss participants not only judge Flipa on the axis women-men, but here stereotypes about Spanish people also come into play.

Keywords: Perception; Gender; Performance.

Introducción

El propósito de este trabajo es acercarnos a la interrelación entre género y discurso. El tema de la diferencia entre el habla femenina y la masculina no es nuevo. Estas diferencias son tan extremas en algunas sociedades aisladas que pueden dar la impresión de que las mujeres y los hombres hablan lenguas distintas, o por lo menos dialectos diferentes (JESPERSEN, 1922, p. 238). Para el análisis de la interrelación entre género y discurso que aquí presento me he basado en cuatro extractos del programa *El hormiguero* en los que aparece el personaje Flipa. El objetivo de mi estudio es investigar cuantitativa y cualitativamente cómo la variable social sexo interviene en la percepción de Flipa en el rol de hombre o de mujer y de qué manera dichas percepciones de Flipa se ven influenciadas por los estereotipos en torno al habla y el

¹ Asistente y Doctoranda en el Instituto de Lengua y Literaturas Hispánicas de la Universidad de Berna. Berna-Suiza. Correio eletrônico: nadine.chariatte@rom.unibe.ch.

comportamiento femeninos y masculinos.

La primera parte del trabajo se compone de un acercamiento a los conceptos de género, género y discurso, habla femenina y estereotipos y una breve presentación de "género y discurso" como objeto de estudio. Sigue un capítulo corto sobre la metodología empleada para el análisis de la percepción del habla de Flipa, dividido a su vez en una parte cuantitativa y una cualitativa. La parte dedicada al análisis consta de un experimento sobre la manera cómo perciben a Flipa con participantes hispanohablantes y otro con informantes suizos. Termina con una breve presentación de los resultados del análisis.

Marco teórico

Género

Ser mujer o ser hombre es más que un rasgo biológico y no aclara, por sí solo, el comportamiento social. Para su explicación debemos acudir a la interpretación social de lo biológico. El concepto de género empezó a utilizarse en los años setenta con el fin de explicar fenómenos de la conducta humana que no se podían comprender del todo por la genética del sexo. De ahí que no podamos equiparar el sexo biológico a la identidad asignada o adquirida en una determinada sociedad o cultura. Cada cultura entiende de manera diferente las propiedades que se consideran femeninas y masculinas, por tanto es evidente que dicha asignación indica una construcción social (YÉPEZ PEÑALVER, 2005, en línea). No obstante, ni las mujeres ni los hombres formamos grupos homogéneos: "[n]uestra personalidad se va forjando condicionada por diversos aspectos de los que nuestro sexo es uno de ellos, bastante relevante. Cada ser humano es único e irrepetible, como también lo es su forma de expresarse" (LOZANODOMINGO, 1995, p. 15). Según la definición de Banchs Rodríguez (2000, p. 4-5) el género es una construcción social en tanto es relacional, define expectativas y es diverso.

Género y discurso

Si partimos de la concepción del discurso de Pêcheux (1978) y Robin (1973) que lo conciben como "toda práctica enunciativa considerada en función de sus condiciones sociales de producción,

que son fundamentalmente condiciones institucionales, ideológico-culturales e histórico coyunturales” (PÊCHEUX, 1978, p. 150), podemos deducir que “el discurso sobre el género, independientemente de las argumentaciones individuales y subjetivas que puedan componerlo, es un discurso que se extiende a una red social compartida” (PECH SALVADOR, 2007, p. 88). Cabe destacar el hecho de que uno de los factores que más contribuyó al atraso del género como tema de estudio dentro de la lingüística fue la dificultad de definir a la mujer y al hombre como grupos distintos, dado que no cumplían con los requisitos indispensables para ser considerados como tales: “no vivían en comunidades aisladas, [...] no tenían lugares específicos de encuentro, [...] no poseían subculturas identificadas y, puesto que no se reconocían como grupo, no tenían identidad de tal” (CASTAÑEDA PEÑA / CASTILLO SOLER, 1998, en línea). Para estos lingüistas, de lo anterior se deriva un postulado importante: los estudios de género no deben tener como único objetivo de investigación diferencias o similitudes comunicacionales entre mujeres y hombres “ya que el problema no es de utilización funcional del lenguaje, sino de relación comunicacional entre géneros” (1998, en línea).

'Género y discurso' como objeto de estudio

Por lo que respecta al lazo entre género y discurso, este halla un creciente desarrollo a partir de la década de 1970. De esta manera, se ha generado un sinnúmero de trabajos que indagan dicha relación, sobre todo, en la lingüística norteamericana (LAKOFF, 1985; TANNEN, 1989, 1990, 1996; COATES, 1993, 1996, 2009), sin embargo no ha alcanzado un nivel comparable en el ámbito hispanico (GUERRERO, 2011, p. 19). Los primeros trabajos tienen en común el hecho de que constituían una tentativa por caracterizar el habla de mujeres y hombres, pero sin proveer una explicación de sus características. En cambio, en etapas posteriores, los enfoques son más bien explicativos. Por ejemplo Guerrero (2011, p. 22) señala que Tannen (1989, 1990, 1996) enfatiza en sus investigaciones:

[E]l carácter intercultural de la interacción conversacional al plantear la tesis de que los hombres y las mujeres utilizan estilos conversacionales diferentes. En este sentido, el interés del hombre radicaría en comunicar información y mantener la independencia y el estatus frente a su interlocutor, mientras

que las mujeres estarían más preocupadas por establecer y mantener una relación a nivel interpersonal (GUERRERO, 2011, p. 22).

Según precisan estudios como los de Tannen, los estilos conversacionales de las mujeres y los hombres son distintos no por azar, sino "porque sus procesos de socialización son, asimismo, diferentes" (GUERRERO, 2011, p. 22).

Habla femenina

No podemos afirmar en un sentido estricto que existe una lengua de las mujeres o una lengua femenina. No obstante, en todo caso, hay un conjunto de variaciones discursivas que funcionan como estereotipo del habla femenina. Asimismo, hay unas características asociadas al discurso femenino. Por ejemplo Lakoff (1985) propone la existencia de un conjunto de rasgos lingüísticos que aparecen con mayor frecuencia en el habla de las mujeres, especialmente en las conversaciones mixtas. Tales rasgos se presentan en todos los niveles lingüísticos y tienen el fin de alcanzar el "grado máximo de complicidad y connivencia en la comunicación". Para ello se desarrollan estrategias como las que se mencionan a continuación:

a) "La inclusión de preguntas y respuestas en el cuerpo del discurso dan papel figurado a los receptores, como si se les solventaran posibles dudas. También las interpelaciones cumplen el objetivo de convertir en protagonista al interlocutor: ha de actuar o ha de tomar opción" (FERNÁNDEZ PÉREZ, 2007,p. 65).

b) "La mitigación en afirmaciones y juicios de valor es asimismo un recurso habitual en el discurso femenino. Sea porque se utilizan fórmulas indirectas, sea porque se introducen figuras retóricas como la ironía" (FERNÁNDEZ PÉREZ, 2007,p. 66)

c) "La comunicación no verbal a través de gestos y mediante el tono de voz vehicula la expresividad característica del habla de mujeres, y resulta un atractivo más para que los mensajes dejen impronta y reactiven la disposición de los receptores. El componente intencional

y la parte emotiva de los intercambios lingüísticos se hace patente en el discurso femenino a través del uso de diminutivos, hipérboles y apreciaciones afectivas" (FERNÁNDEZ PÉREZ, 2007,p. 67).

Recordemos que en el caso de algunas de las características asociadas al habla femenina se trata de tópicos: (1) son bien conocidos los tópicos de que las mujeres hablan más y más rápido que los hombres, y también que interrumpen más, y consecuentemente, dejan hablar menos a sus interlocutores y no escuchan a lo que sus interlocutores dicen (CESTERO MANCERA, 2007,p. 2); (2) se cree que en general existe una preferencia por el eufemismo y una renuncia al disfemismo por parte de las mujeres (CÓRDOVA ABUNDIS, 2003, en línea); (3) en nivel morfológico, el uso de ciertos prefijos, como *super-* o *hiper-*, está estereotipado como femenino. Lo mismo ocurre con el uso de los sufijos de diminutivo "cuyo uso si no es exclusivo sí muestra mayor frecuencia en el habla femenina" (CÓRDOVA ABUNDIS, 2003, en línea). Sin embargo, al contrario de lo que suele considerarse:

[N]o son tan significativos los *temas* tratados (que son tan variados o tan reiterativos como los de los varones, por lo que hay que empezar a desterrar el lugar común de que ellos hablan de asuntos serios, de fútbol o de conquistas amorosas, y ellas lo hacen de problemas domésticos, de cotilleos y de moda) (FERNÁNDEZ PÉREZ, 2007,p. 59).

Estereotipos

Con respecto al género, se sabe bien que "la distinción de la construcción social entre hombres y mujeres 'pasa' no sólo por la diferencia biológica constitutiva, sino por el cuerpo de significados y creencias que a lo largo del tiempo se han tejido a su alrededor" (PECH SALVADOR, 2007,p. 82). El género como categoría cultural construida en los límites de una comunidad sociocultural, puede pensarse como un conflicto intercultural si consideramos dos aspectos. El primero, que entiende el contraste entre los géneros como una esencia que permite agrupar un conjunto de comportamientos, creencias y acciones diferentes entre ellos. El segundo, que concibe que las relaciones de género están marcadas por un complejo andamio de significados culturales, en las que un género posee, en el nivel cultural y simbólico, desventajas competitivas respecto al otro (PECH SALVADOR, 2007,p.

83). En palabras de Martínez Beulloch/Bonilla (2000,p. 51), "el género no está en la diferencia sexual, que a final de cuentas se sostiene sobre una diferencia biológica, el género se halla en los factores psicosociales que afectan y atraviesan dicha diferencia".

Nuestro trabajo se enfoca en la indagación sobre los estereotipos que acerca del género construye la audiencia del programa *El hormiguero*. Él posibilitará acercarnos al concepto de género como frontera interna, es decir, como sitio de negociación o conflicto para las relaciones entre los géneros, relaciones que pueden ser entendidas como de naturaleza intercultural (PECH SALVADOR, 2007,p. 81). Para hablar de relaciones interculturales entre los géneros hace falta recurrir primero a una definición de lo que es interculturalidad. Siguiendo a PECH SALVADOR, (2007, p. 82) definimos interculturalidad como una cierta predisposición, que pasa a ser, sobre todo, actitud.

Los estereotipos con los que han sido etiquetados ambos géneros, tanto el femenino como el masculino, se basan en las competencias interculturales de género. Por éstas se entiende un complejo tejido de significados que se generan desde el nacimiento y que es en muchas ocasiones lo que somos para nosotros mismos y para los demás. Los estereotipos cobran vida a través del habla y se convierten en "'cosas' objetivadas, reales, verdaderas; y es justamente esta conversión lo que permite que se objetive como realidad algo que no pasa de ser mera construcción" (PECH SALVADOR, 2007,p. 83). O en palabras de Hoffman y Hurst (1990,p. 197), son las diferencias entre los roles sociales de las mujeres y de los hombres los responsables de los estereotipos de género. *El yo frente a los otros* "se constituye en la propia experiencia de vida que tiene lugar en el ámbito de lo social" (PECH SALVADOR, 2007,p. 85). Y partiendo precisamente de ese contexto de lo social, el concepto de tipificación nos permite explicar el modo en que se identifica (tipifica) mediante "una serie de procesos más o menos arbitrarios, pero al mismo tiempo histórica y socialmente legitimados, un universo simbólico particular" (PECH SALVADOR, 2007, p. 85). Para Pech Salvador (2007,p. 85) *tipificar* es:

[T]ipificar es pues, ordenar, clasificar, jerarquizar, asociar y sistematizar determinados actos y actitudes según un principio de objetivación que precisamente otorga el lenguaje. Por ello, si la realidad social se construye a través del lenguaje, el discurso es, como diría Foucault, el orden de las cosas (PECH SALVADOR, 2007,p. 85).

Si llevamos, pues, todo lo anterior al tema de los estereotipos de género, podemos constatar que los estereotipos son tipificaciones socioculturales sometidas, que se 'usan' en el ámbito social, pero que cumplen con su función de clasificación y ordenamiento del mundo (PECH SALVADOR, 2007, p. 85).

En consecuencia, si las mujeres pueden usar el estereotipo lingüístico que le transfiere la sociedad, es ahí donde encontramos las muestras de un habla femenina estereotipada. El habla femenina está en la dimensión sociolingüística del estereotipo y del prejuicio. Sin embargo, es imprescindible señalar que el estereotipo sociolingüístico es fundamental en el habla de una comunidad. Los estereotipos sociolingüísticos pueden someterse a cambios, pero no pueden dejar de existir porque cumplen con una función psicosocial y lingüística clara (HUDSON, 1980, p. 213). El estereotipo sociolingüístico nos permite una primera aproximación de conocimiento entre personas desconocidas. En ese aspecto, los estereotipos funcionan en un nivel superficial de la comunicación. No obstante, "no podemos permitir su incursión en el nivel interpretativo de los sujetos y las cosas. Cuando el conocimiento es interpretación se debe desenmascarar el juego semántico y pragmático de los estereotipos" (CÓRDOVA ABUNDIS, 2003, en línea).

En resumen, "la lengua pertenece tanto a hombres como a mujeres y, en lo que se refiere al sistema, no existen variedades exclusivas de cada sexo" (YÉPEZ PEÑALVER, 2005, en línea). Lo que sí existe es una agrupación de variaciones discursivas que funcionan como marcadores en el habla femenina y en el masculina variaciones que a menudo actúan como estereotipo. Como Fiske y Taylor (1984, p. 165) indican, categorizar a otros lleva a la percepción exagerada de diferencias entre grupos y minimiza las diferencias percibidas dentro de un grupo. Además, la categorización de personas según su sexo es uno de los principales juicios que se forman los individuos en su percepción. Por otro lado, debemos recordar que el acto de hablar es una manifestación social y que los rasgos característicos del habla femenina y masculina están condicionados por el rol que cada uno juega en la organización social. Por lo tanto, el habla femenina y masculina es "una construcción ideológico-simbólica que precede a mujeres u hombres, que constituye la propia identidad de 'ser mujer' o 'ser hombre', y que responde en cada cultura a las expectativas de cómo deberían

comportarse mujeres y hombres” (BENGOECHEA, 2003, p. 14).

Metodología

Para este estudio he seleccionado cuatro videos de la sección de experimentos científicos del programa de entretenimiento *El hormiguero* que hasta septiembre de 2011 se emitió en la cadena española Cuatro y a partir de entonces en Antena 3. El ‘científico loco’ Flipy presentó hasta 2010 la sección de ciencia en colaboración con el presentador principal Pablo Motos y las marionetas Trancas y Barrancas. Flipy protagonizaba a diario experimentos científicos con la ayuda de los invitados de noche. A veces se disfrazaba de mujer y actuaba como su propia hermana, Flipa. Así pues, el actor y cómico español Enrique Pérez Vergara hacía el papel de Flipy / Flipa.

De cada uno de los cuatro videos elegidos, he analizado entre cuatro y cinco minutos, como se puede desprender de la siguiente tabla:

Tabla 1: Información acerca de los extractos de los vídeos analizados²

Título	Minutos analizados	Fecha de emisión	Invitado/-a
Asiliconados	0:00-4:59	18/08/2008	Amaia Salamanca
Conejita play boys	0:00-4:02	05/02/2009	Enrique San Francisco
Cosas compresión	0:00-5:00	29/01/2009	CarlesFrancino
Generarelectricidad	0:00-5:12	08/09/2009	Anabel Alonso

Para el análisis del habla de Flipa me he basado en transcripciones amplias de los extractos de video³. Después de haber anonimizado los textos transcritos, he pedido a los 60 participantes de esta primera parte del estudio que determinen el género de las personas A, E, I y O (los pseudónimos para Flipa) y que subrayen las partes en las transcripciones a partir de las cuales se decidieron por uno u otro género. De los 60 informantes, 30 son mujeres y 30 son hombres; además, 40 son hispanohablantes nativos, de los que 20 son de España y los otros 20 de Hispanoamérica. Los 20 participantes no nativos son suizos que vivieron durante por lo menos un año en un país hispanohablante. La tabla 2 resume el perfil de los informantes de esta parte de mi estudio:

2 Véase en el apêndice los enlaces para ver los vídeos en Youtube.

3 Véase en el apêndice las convenciones de transcripción empleadas.

Tabla 2: Perfil de los informantes de La primera parte del estudio

Sexo :	Mujeres (N)	Hombres (N)	
	30	30	
Procedencia:	España (N)	América (N)	Suiza (N)
	20	20	20

He analizado las respuestas sobre cuál es el género de las personas indicadas de manera cuantitativa y las partes marcadas que indican para las participantes el género de A, E, I y O de manera cualitativa.

En segundo lugar, he estudiado cómo perciben participantes que no hablan (y no entienden) español a Flipa. Para ello he recurrido a 40 informantes, 20 mujeres y 20 hombres de lengua materna alemana que no tienen conocimientos avanzados del italiano ni del portugués y que no tienen ningún conocimiento del español.

Tabla 3: Perfil de los informantes de la segunda parte del estudio

Sexo:	Mujeres (N)	Hombres (N)
	20	20

Estos participantes han escuchado con la pantalla negra los mismos extractos de los videos que he transcrito y posteriormente han tenido que decidir si los enunciados de Flipa pertenecen a una mujer o a un hombre. Adicionalmente, los participantes han apuntado (en alemán) qué los ha movido a decantarse por esta decisión. También para esta parte se ha realizado primero un análisis cuantitativo y después uno cualitativo de las respuestas de los informantes.

Análisis

Análisis cuantitativo

En el análisis cuantitativo se ha examinado cuántos participantes identifican a Flipa como mujer y cuántos como hombre. De los 100 informantes, el 56% cree que Flipa es una mujer y el 44% piensa más bien que responde a una figura masculina, como muestra la tabla 4:

Tabla 4: Identificación total del género de Flipa

	Total	Flipa=Mujer	Flipa=Hombre
N	100	56	44
%	100	56	44

Sobre la base de las transcripciones, un 55% de los informantes constata que Flipa es una mujer y un 45% que se trata de un hombre:

Tabla 5: Identificación del género de Flipa sobre la base de las transcripciones

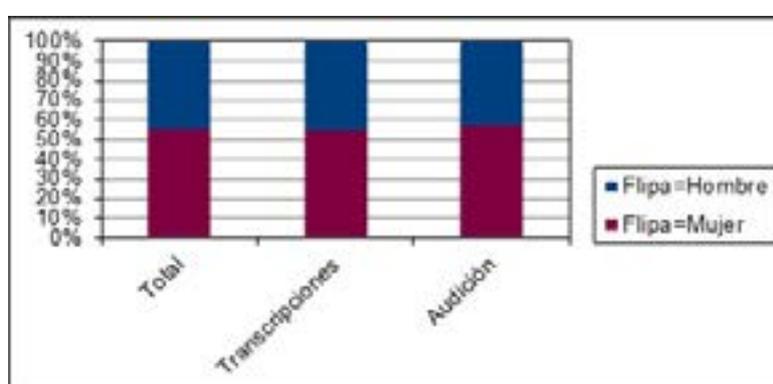
	Total	Flipa=Mujer	Flipa=Hombre
N	60	33	27
%	100	55	45

La percepción del género de Flipa sobre la base de la audición es muy similar: el 57% de los participantes asigna a Flipa el género femenino y el 43% al masculino:

Tabla 6: Identificación del género de Flipa sobre la base de la audición

	Total	Flipa=Mujer	Flipa=Hombre
N	40	23	17
%	100	57	43

Gráfico 1: Identificación del género de Flipa



Sorprende que tanto los informantes hispanohablantes como los de habla alemana perciban el género de Flipa casi de la misma manera. Como muestran los resultados la tendencia es la misma a partir de las transcripciones como mediante la audición. A continuación vemos cómo influyen los factores sociales *sexo* y *procedencia* de los participantes en la percepción de Flipa.

Sexo

El factor social *sexo* es pertinente para la percepción del género de Flipa. De los 50 participantes masculinos el 80% identifica a Flipa como mujer y el 20% como hombre. Las mujeres muestran una tendencia contraria, un 68% ve a Flipa como hombre y un 32% como mujer:

Tabla 7: Identificación total del género de Flipa según el sexo de los participantes

	Total	Flipa=Mujer	
Flipa=Hombre			
Mujeres			
N	50	16	34
%	100	32	68
Hombres			
N	50	40	10
%	100	80	20

La variable sexo se muestra casi igual de significativa sobre la base de las transcripciones y de la audición, como ejemplifican las tablas 8 y 9:

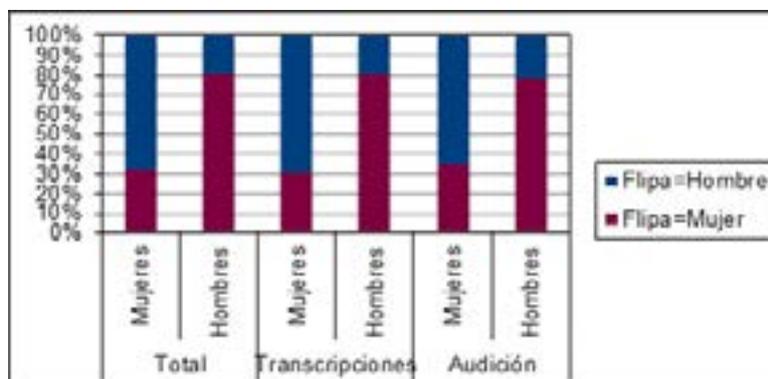
Tabla 8: Identificación del género de Flipa según el sexo sobre la base de las transcripciones

	Total	Flipa=Mujer	
Flipa=Hombre			
Mujeres			
N	30	9	21
%	100	30	70
Hombres			
N	30	24	6
%	100	80	20

Tabla 9: Identificación del género de Flipa según el sexo sobre la base de la audición

	Total	Flipa=Mujer	
Flipa=Hombre			
Mujeres			
N	20	7	13
%	100	35	65
Hombres			
N	20	16	4
%	100	79	21

Gráfico 2: Identificación del género de Flipa según el sexo de los participantes



Tomando como referencia las transcripciones, en el grupo de las mujeres, el 70% percibe a Flipa como hombre mientras que según la audición es el 65% el que le asigna a Flipa dicho género. Por otro lado, de acuerdo con las transcripciones, para el 30% de las mujeres Flipa corresponde a la figura de una mujer y según las audiciones, el 35% de ellas percibe a Flipa es una mujer. Si analizamos el grupo de los hombres, un 80% reconoce a Flipa como mujer mediante las transcripciones y un 79% basándose en la audición, mientras que según las transcripciones el 20% opina que es un hombre, cifra muy semejante, si se parte de las audiciones, con el 21%.

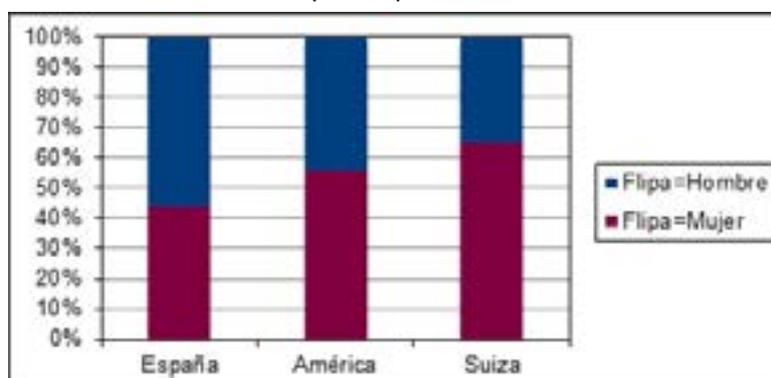
Procedencia

La variable *procedencia* no es un factor pertinente para la primera encuesta en la que tenemos participantes de diferentes lugares, pero muestra un resultado interesante:

Tabla 10: Identificación del género de Flipa según la procedencia de los participantes

	Total	Flipa=Mujer	
Flipa=Hombre			
España			
N	20	9	11
%	100	44	56
América			
N	20	11	9
%	100	56	44
Suiza			
N	20	13	7
%	100	65	35

Gráfico 3: Identificación del género de Flipa según la procedencia de los participantes



De los 20 informantes españoles, un 44% reconoce a Flipa como hombre y un 56% como mujer. Para el 56% de los hispanoamericanos, Flipa es una mujer y para el 44%, un hombre. El 65% de los participantes suizos percibe a Flipa como mujer y el 35% como hombre. De ellos se desprende que los españoles ven a Flipa, protagonizada por un español en un programa español, más como hombre, mientras que los hispanoamericanos y los suizos interpretan a Flipa más como mujer que como hombre.

Análisis cualitativo

En este apartado presento una selección de las justificaciones dadas por los participantes para asociar a Flipa con un determinado género.

Flipa percibido como hombre

En el primer estudio los informantes han señalado que Flipa es un hombre sobre todo por su uso de *joder*, como en (1) y (2):

(1) B: soy un milagro hecho ser humano

A: **joder**⁴

C: es increíble

(2) P: @@@

O: **joder** he perdido

Los participantes asocian el empleo de *joder* con el habla masculina. Asimismo, el marcador discursivo *hombre* empleado por Flipa para referirse a uno de sus interlocutores se interpreta como masculino:

(3) O: **hombre** espérate que el engaño es ... parece que es sólido pero es un gel.

Además, la mención de *espiderman* y *los pitufos* se relaciona claramente con el habla masculina, como en los ejemplos (4) y (5):

(4) E: la cara de **espiderman** ()

(5) E: () de **los pitufos**

⁴ Las expresiones marcadas en negrita indican las partes que los participantes han subrayado.

Palabras como *exactitud* (o *exacto*) del habla masculina parecen además relacionarse con una cualidad de los hombres: la de la exactitud, como en(6) y (7):

- (6) G: vale si te parece esto es a ciento noventa grados
 E: bueno ciento ochenta seis
 G: vale perdona
 E: **en fin un poco de exactitud**
- (7) K: explota allí dentro y se rompe está parte
 I: **se rompe exacto**

En (6) Flipa pide *un poco de exactitud* de Pablo, lo cual es interpretado como masculino por los informantes. En el enunciado (7) se subraya el adjetivo *exacto*, aunque en este caso su función es afirmar lo que ha dicho Pablo en el turno anterior, precisamente por la asociación que se hace entre esta cualidad y el carácter masculino. No solo se asocia la exactitud (ser exacto) con el habla masculina, sino también todo lo que tiene que ver con la ciencia, como se puede desprender de los siguientes ejemplos:

- (8) E: **un científico laboratorio**
- (9) E: **el hidrógeno líquido es una sustancia**
- (10) E: este es el **nitrógeno**
- (11) A: es un **amperímetro**
- (12) A: **vamos a hablar de otro tipo de cosas que también generan electricidad que es el aire**
- (13) A: **y ahora vamos a conectarlos y para que ves que funcione perfectamente**

En (8)-(13) los participantes subrayaron palabras o enunciados del campo de la ciencia o tecnología como indicadores del género de Flipa. En las respuestas del primer estudio, partes de la transcripción se han marcado sobre todo siguiendo principios temáticos. Sin embargo, en las respuestas del segundo estudio, los participantes han indicado otras razones para justificar sus decisiones en cuanto al género de Flipa. En tres casos se nombra la voz de Flipa como marcador de género. Además, según algunos informantes Flipa se cree importante,

parece dar órdenes, se presenta como una persona competente en sus explicaciones, se impone verbalmente frente a los demás y le gusta oírse a sí mismo. Estas percepciones de Flipa como hombre se basan en parte en estereotipos acerca de cómo comunica un hombre. Llama la atención que no solo interfieran estereotipos sobre el género, sino también estereotipos sobre los españoles por parte de los suizos, como por ejemplo que los españoles hablan todos al mismo tiempo y que son orgullosos.

Flipa percibida como mujer

Los participantes asocian el uso del prefijo *super-* como un rasgo femenino, así en (14) y (15):

(14) E: es que estoy **super**content[a/o] estar aquí a celebrar con [nombre] @@@

(15) O: sí sí son así ... pero la silicona es **superresistente**

Asimismo, el sufijo *-itose* ha marcado como perteneciente al habla femenina:

(16) A: y entonces a **solitos**

Flipa utiliza a menudo *amigos* para dirigirse a sus interlocutores lo cual algunos informantes han subrayado como indicadores femeninos, como vemos en (17) y (18):

(17) O: pero pues no es eso que pasa lo que vamos a hacer ahora es un experimento con silicona porque **amigos** estas tetas son falsas

(18) I: con un espray y **amigos** que sí sí

Mogollón es otra palabra marcada como femenina por los participantes, como en (19):

(19) A: claro ves vas a decir **mogollón**

Los siguientes usos también se han subrayado como marcadores del habla femenina:

(20) E: **así** la pones **así** y luego golpeas **así**

(21) A: **ay ay ay** va

(22) E: **uh ah**

Otros enunciados de Flipa que se han considerado femeninos son los siguientes:

(23) O: **es que me acabo de peinar y no sé**

(24) I: **claro me ha encantado**

(25) I: **cosas de chicos primero vamos a hacer cosas de cosas comprensión**

(26) E: **si te parece vamos a echar una cerveza que la va a echar el maestro**

(27) E: @@@ **bueno antes de nada es que no sé si conoces a mi hermano mi hermano es que sabe más de chicas pero además es gilipollas ah pero**

(28) I: **fracaso absoluto de [nombre] es que**

(29) I: **poneros los guantes eh** vamos bueno hoy vamos a hacer dos experimentos y ahora es el primero es de

(30) E: **muy bien qué tal cómo estás qué tal @@@**

En los ejemplos (23)-(30) los participantes han indicado enunciados de índole muy diferente que para ellos identifican a Flipa como mujer. Como los informantes han señalado enunciados enteros y no palabras o expresiones sueltas, es difícil saber por qué exactamente ven a Flipa como mujer. No obstante, podemos suponer que las respuestas de los participantes se basan en estereotipos, como por ejemplo en (23) donde *peinarse* se asocia con ser mujer. Estos estereotipos se reflejan también en las respuestas en alemán del segundo estudio: se etiqueta a Flipa de caprichosa, ligona y habladora. Argumentan que debe tratarse de una mujer porque interrumpe constantemente a sus interlocutores, porque no solo habla mucho, sino también con mucha velocidad; porque siempre quiere tener la última palabra y porque exige mucha atención. Sin embargo, también se le atribuye a Flipa rasgos femeninos positivos, como comunicar de manera social y ser

una mujer fuerte. También en este caso encontramos estereotipos que no solo funcionan en el eje del género, sino también en el eje de lo que se considera como el ser español/-a: un participante constata que Flipa tiene una voz grave y sexy, diferente de las voces finas de las suizas.

Resultados

La parte cuantitativa del análisis solo puede mostrar algunas tendencias. Una tendencia interesante es que los hombres parecen percibir a Flipa más frecuentemente como mujer, al contrario de las mujeres que la perciben más como hombre. En otras palabras, el actor y cómico Enrique Pérez Vergara interpreta a Flipa como mujer de tal manera que para los hombres aparece como tal; utiliza ciertos rasgos que la hacen reconocible para los hombres como perteneciente a este género. Para la audiencia femenina esta estrategia funciona aparentemente menos. Para que su actuación sea eficaz, Enrique Pérez Vergara tiene que apelar a y echar mano de las percepciones de su audiencia de cómo es y, sobre todo, cómo habla una mujer. Sin embargo, como la audiencia es muy mixta, recurre a percepciones de lo femenino y de su habla corrientes, a tópicos que comparte obviamente con gran parte de la audiencia masculina.

Los informantes de España reconocen a Flipa más como hombre frente a los hispanoamericanos y suizos que la perciben más como mujer, es decir, las actuaciones de Enrique Pérez Vergara no parecen convencer a la audiencia española de que Flipa sea una mujer, todo lo contrario. En resumen, el factor *sexo* compartido por el actor y la audiencia es pertinente para que se perciba a Flipa como tal. Sin embargo, el factor *procedencia (española)* del actor compartido con la audiencia no funciona para la interpretación de Flipa como mujer. En el eje *sexo* el actor puede recurrir con éxito a rasgos del habla femenina que existen en la mente de los hombres. No obstante, para el eje *procedencia* no parecen existir estereotipos que Enrique Pérez Vergara comparta con sus compatriotas, sino que más bien satisface la percepción del habla femenina de los extranjeros –de los hispanoamericanos y en mayor grado de los suizos. Interesante resulta además que la segunda parte del estudio confirma que algunos participantes suizos no solo perciben a Flipa como mujer, sino como española. El éxito de la actuación de

Enrique Pérez Vergara depende de la capacidad de la audiencia de reconocer los rasgos estereotipados del habla de Flipa como femeninos.

Los elementos marcados y las razones aducidas analizadas cualitativamente muestran que las percepciones de Flipa por parte de los participantes se asientan en estereotipos de cómo hablan y cómo se comportan las mujeres respectivamente los hombres, pero también en estereotipos sobre los españoles. Llama la atención que las mujeres justifiquen la percepción de Flipa como hombre con atributos bastante negativos y viceversa. No obstante, cabe subrayar que los resultados que se presentan son tentativos y se basan en dos estudios considerablemente pequeños. Con ello, no se pretende generalizar los resultados, sino más bien abrir brechas de reflexión y análisis posteriores.

Conclusión

El objetivo del análisis ha sido averiguar de qué manera el sexo de los participantes influye en la percepción de Flipa y cómo los estereotipos constituyen un recurso nada desdeñable para explicar las percepciones de dicho personaje.

Enrique Pérez Vergara *performa* el habla femenina, es decir, aprovecha el potencial creativo del habla. El concepto de *performance* usado aquí se basa en la interpretación de Goffman (1981) de la interacción social según la cual que los hablantes muchas veces mantienen una distancia crítica de su propia habla. Esto, en cambio, significa que el acto de hablar asume una dimensión metapragmática o metalingüística, porque los hablantes son conscientes, hasta cierto grado, de sus actividades de estilización y pueden percibir alternativas para ellos mismos (COUPLAND, 2009, p. 314). De cierta manera los hablantes optan por usar un rasgo o un estilo particular frente a otro alternativo para asegurarse de este modo que su *performance* tenga un impacto particular en sus interlocutores y en la situación social. Sin embargo, *performance* no siempre quiere decir actuar de manera anti-normativa, también puede ser que actúen conforme a las costumbres o, como en el caso de Enrique Pérez Vergara, siguiendo estereotipos; lo cual no significa que por eso sea menos *performance* (COUPLAND, 2009, p. 315). La estilización lleva significados y valores desde fuera del

contexto de habla y los recontextualiza. Además, tiende a la hipérbole, con representaciones exageradas de caracteres y tipos sociales, seleccionadas de un repertorio conocido (COUPLAND, 2009, p. 315). Podríamos decir, pues, que en el caso de la *performance* de Enrique Pérez Vergara se trata de una estilización del habla femenina basada en el repertorio que el actor comparte con su audiencia: comparte un repertorio con la audiencia masculina, pero que difiere del de la femenina. Además, parece tener en común más rasgos de la estilización del habla femenina con la audiencia suiza e hispanoamericana que con la española.

Agradecimientos

He de dar las gracias a la Prof. Dr. Yvette Bürki, sin ella este artículo no habría sido posible.

Referencias

BANCHS RODRÍGUEZ, M. A. Representaciones Sociales, Memoria Social e Identidad de Género. **Revista Akademos**, v. II, n. 1, p. 59- 76, 2000. Disponible en: <http://saber.ucv.ve/ojs/index.php/rev_ak/article/view/872>. Acceso: 24 de febrero de 2013.

BENGOECHEA BARTOLOMÉ, M. La comunicación femenina: Claves desde la perspectiva de género, para entender qué pasa cuando hablamos. **Emakunde** (número monográfico *las mujeres y el lenguaje*), p. 1-33, 2003b. Disponible en: <http://www.aulaintercultural.org/article.php3?id_article=3259>. Acceso 24 de febrero de 2013

CASTAÑEDA PEÑA, H. A.; SOLER CASTILLO, S. T. Los estudios de género sociolingüístico. **Folios**, v.9, sin paginación, 1998. Disponible en: <http://w3.pedagogica.edu.co/storage/folios/articulos/folios09_05arti.pdf>. Acceso: 8 de noviembre de 2012]

CESTERO MANCERA, A. M. Cooperación en la conversación: estrategias estructurales características de las mujeres. **LinRed**, v.5, p. 1-17, 2007. Disponible en: <www.linred.es/numero5_articulo_1.html>. Acceso: 24 de febrero de 2013.

COATES, J. **Women, Men and Language**. London: Longman, 1993.

COATES, J. **Woman Talk**. Oxford: Blackwell, 1996.

COATES, J. **Mujeres, hombres y lenguaje**: Una cercamiento sociolingüístico a las diferencias de género. México D.F.: Fondo de Cultura Económica, 2009. CORDOVA ABUNDIS, P. Habla coloquial femenina?. **Revista electrónica de estudios filológicos**, v. VI, sin paginación, 2003. Disponible en: <<http://>>

www.um.es/tonosdigital/znum6/estudios/Cordova.htm>. Acceso: 24 de febrero de 2013.

COUPLAND, N. Dialect Style, Social Class and Metacultural Performance: The Pantomime Dame. En: N. Coupland; A. Jaworsky (eds.). **The New Sociolinguistic Reader**. London: Palgrave Macmillan, p. 311-325, 2009.

FERNÁNDEZ PÉREZ, M. Discurso y sexo: Comunicación, seducción y persuasión en el discurso de las mujeres. **Revista de Investigación Lingüística**, v.10, p. 55-81, 2007. Disponible en: <<http://revistas.um.es/ril/article/view/5051>>. Acceso: 22 de febrero de 2013.

FISKE, S. T.; TAYLOR, S. E. **Social cognition**. New York: Random House, 1984.

GOFFMAN, E. **Forms of Talk**. Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 1981.

GUERRERO, S. Diferencias de género en evaluaciones de narraciones de experiencias personales en el habla juvenil de Santiago de Chile: Una aproximación sociolingüística. **Revista Signos**, v.44, n. 75, p. 18-32, 2011. Disponible en: http://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S071809342011000100003&script=sci_arttext. Acceso: 10 de noviembre de 2012.

HUDSON, R. A. **Sociolinguistics**. Cambridge: Cambridge University Press, 1980.

JESPERSEN, O. H. **Language: Its nature, development and origin**. London: George Allen & Unwin, 1922.

LAKOFF, R. **Language and Woman's Place**. New York: Harper & Row, 1985.

LOZANO DOMINGO, I. **Lenguaje femenino, lenguaje masculino ¿Condiciona nuestro sexo la forma de hablar?** Madrid: Minerva Ediciones, 1995.

MARTÍNEZ BEULLOCH, I.; BONILLA, A. **Sistema sexo/género, identidades y construcción de la subjetividad**. Valencia: Universidad de Valencia, 2000. PECH SALVADOR, C. et al. Discurso sobre el género y disposición hacia la diferencia: Estudio exploratorio en jóvenes universitarios de la Ciudad de México. *Última Década*, v. 26, p. 79-102, 2007. Disponible en: <www.scielo.cl/pdf/udecada/v15n26/art05.pdf>. Acceso 24 de febrero de 2013.

PÊCHEUX, M. **Hacia el análisis automático del discurso**. Barcelona: Gredos, 1978.

ROBIN, R. **Histoire et linguistique**. Paris: Colin, 1973.

TANNEN, D. **Talking Voices: Repetition, dialogue, and imagery in conversational discourse**. Cambridge: Cambridge University Press, 1989.

TANNEN, D. **You just don't understand: Women and men in conversation**. New York: Ballantine Books, 1990.

TANNEN, D. **Género y discurso**. Barcelona: Paidós, 1996.

YÉPEZ PEÑALVER, A. G. El habla de hombres y mujeres en el trabajo. **Espéculo: Revista de estudios literarios**, v.30, sin paginación, 2005. Disponible en: <http://www.ucm.es/info/especulo/numero30/dlaboral.html>. Acceso: 8 de noviembre de 2012.

Consultas en línea

www.youtube.com [10 de noviembre de 2012]

www.antena3.com/programas/el-hormiguero [24 de noviembre de 2012]

Recibido em 05 de abril de 2013.

Aceito em 13 de outubro de 2013.

Apéndice

Enlaces para los videos

1. El hormiguero-Asiliconados:
<http://www.youtube.com/watch?v=LHFdQfvVuOk>
2. El hormiguero-Conejita play boys :
<http://www.youtube.com/watch?v=NEczRuFiTgc>
3. El hormiguero-Cosas compresión:
<http://www.youtube.com/watch?v=xupoQbGTQyA>
4. El hormiguero-Generarelectricidad:
<http://www.youtube.com/watch?v=uym1K7g3rkg>

Convenciones de transcripción (basadas em Tannen 1989)

- : Turno de um hablante
- @@@ Risa
- ... Pausa breve / vacilación
- () Fragmento incomprensible
- Falso comienzo
- [] Cambios de nombres y otrasmodificaciones⁵

⁵ Me he limitado a indicar solamente lo más básico para no confundir a los participantes que por lo general no tienen conocimientos lingüísticos.