



El habla de hombres y mujeres en el trabajo

Dra. Ana Gisela Yépez Peñalver

1.- Introducción

La lengua pertenece tanto a hombres como a mujeres y, en lo que se refiere al sistema, no existen variedades exclusivas de cada sexo. Si aceptamos esto, no podemos hablar de una lengua de la mujer distinta de la del varón. Lo que sí existe es

un conjunto de variaciones discursivas que actúan como marcas en el habla femenina y en la masculina que se actualizan en textos concretos; variaciones que funcionan como estereotipo de lo que la mayoría entiende o intuye como estilos asociados al género del que habla. De modo que debemos hablar de registro, estilo o habla femenina y masculina.

Por otro lado no debemos olvidar que las manifestaciones de habla son manifestaciones sociales y los rasgos característicos del habla femenina y masculina han estado condicionados por el rol que cada uno jugaba, y juega, en la organización social. Existe:

“(…) 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, Mercedes: 2003, 14)

El papel que ha ocupado históricamente la mujer en la sociedad se restringía al ámbito de la familia y de las amistades, hecho que naturalmente ha marcado su manera de expresarse. La polémica se activa cuando se produce un cambio en “las expectativas de cómo deberían comportarse las mujeres y los hombres”, cambio que surge cuando la mujer abandona el ámbito que socialmente se le había asignado y entra en el terreno tradicionalmente masculino -el universitario y el laboral-. En este proceso, la mujer no sólo debía aprender los conocimientos técnicos “formales” de cada especialidad, sino también su registro comunicativo (léxico, sintaxis, estrategias discursivas, rasgos suprasegmentales...). Dicho registro llamémoslo “técnico o formal” no tiene género, responde a necesidades directamente condicionadas por el desempeño eficiente de la labor profesional, ya sea una matrona, una jueza o una corredora de Bolsa. Cada profesión u oficio requiere que sus trabajadores, no sólo sean competentes en una serie de destrezas técnicas, sino que además tengan un comportamiento comunicativo adecuado que les permita alcanzar sus objetivos profesionales de forma eficaz.

En la actualidad, cuando las mujeres hablan no siempre lo hacen como madres, esposas o amigas, también lo hacen como abogadas, ingenieras, entrevistadoras o bancarias; por tanto, lo que se conoce como estilo femenino, y que mantiene su validez en la dimensión sociolingüística del estereotipo, no puede aplicarse enteramente al habla de la mujer profesional. De ahí que defienda, también en el entorno profesional, como más determinantes las diferencias de habla condicionadas por el qué se habla, con qué intención se habla, en dónde se habla y con quién se habla. En pocas palabras: la modalidad discursiva empleada en el ejercicio profesional prevalece sobre el género sexual del hablante.

Con ello no quiero decir que dichas diferencias de estilo relacionados con el género no existan -para mucha gente es todavía importante categorizar a las personas según su género y actuar o relacionarse según este patrón base-, sino que se neutralizan una vez que se pasa al ámbito exclusivamente laboral (consulta médica, junta de trabajo, juicio oral, presentación financiera, etc.), a pesar de que puedan ser retomadas en la cafetería o en los pasillos de la empresa; en estos casos, es previsible que cada uno le imprima las características asociadas al estilo de cada género: los hombres hablarán de fútbol y las mujeres de la familia, aunque no necesariamente. Por tanto, mi interés se centra en describir el discurso de hombres y mujeres en el desempeño de sus específicas actuaciones profesionales y cómo las exigencias comunicativas de cada oficio prima en la elección del tipo de registro comunicativo -habla profesional- seleccionado independientemente del género o del sexo del hablante:

“Los fenómenos que se estudian son sensibles al contexto, no atribuibles simplemente al género del emisor y deben, por tanto, ser estudiados inmersos en un evento y no separados artificialmente de él” (Irene Madfes: 2004, 325).

Cada profesión, cada oficio, cada desempeño laboral exige de sus trabajadores una forma de comunicarse y de interaccionar determinada, relacionada, no sólo con las necesidades concretas de su operativa técnica, sino además con las múltiples circunstancias en las que se ven sometidos sus trabajadores. Este factor me parece decisivo y condicionante a la hora de considerar el habla de hombres y mujeres en el trabajo. La comunicación laboral no tiene género, más bien responde a una variación estilística que el hablante acomoda a la situación en la que se encuentra y con la intención de desempeñar de la forma más eficiente su cometido profesional, o, al menos, así debería ser.

2.- Género y contexto laboral

Ser mujer o ser hombre es más que un rasgo biológico que no explica, por sí solo, la manera de hablar; para ello debemos acudir a la interpretación social de lo biológico. El concepto de género comenzó a usarse en la década de los setenta con la finalidad de explicar fenómenos de la conducta humana relacionadas con el género que no podían ser comprendidos totalmente gracias a la naturaleza genética y morfológica del sexo:

“El género no es inmutable ni puede entenderse aislado de otros aspectos de nuestra identidad (de clase social, estatus, profesión, grupo político). Lo que significa ser mujer y ser hombre (y hablar como tales) cambia de una generación a otra, y varía según se pertenezca a uno u otro grupo social, político o religioso. Es decir, una mujer no es únicamente ‘mujer’, sino además, católica practicante, campesina, abogada en un bufete internacional, médica, intelectual, atea, terrateniente... (...)” (Bengoechea, Mercedes: 2003, 2)

Desde esta perspectiva no es equiparable el sexo biológico a la identidad asignada o adquirida en el seno de una sociedad o cultura; es un hecho constatado que cada cultura entiende de manera diferente los aspectos que se califican de femeninos y masculinos, es evidente por tanto, que dicha asignación responde a una construcción social.

Precisamente esos rasgos convencionales, que muchos reconocemos de forma intuitiva y que nos permiten identificar el género del que habla, son los que busco precisar y describir en este apartado. Se supone que unas y otros se comportan de distinta manera en las conversaciones con otros hablantes y en la organización de su discurso: en la forma como ceden el turno, cambian de tema, interrumpen, muestran atención, siguen las normas de cortesía, seleccionan el léxico... Más aún, dichos rasgos estilísticos asociados culturalmente al género del hablante son releídos en muchos estudios bajo el prisma del entorno laboral, trasladándose el estereotipo, ya existente en la sociedad, al mundo del trabajo. De forma que buscan encajar en la interacción laboral aquellas constantes diferenciadoras asociadas al género, descritas ya en otros ámbitos como el de la calle o del hogar. Esta relectura deja a la mujer profesional en clara desventaja competencial con respecto a sus compañeros varones. Veamos algunos de esos rasgos:

Las mujeres buscan mantener relaciones de igualdad con las personas con las que interactúan, sean éstas hombres o mujeres. Este deseo se traduce en el uso de una serie de recursos verbales y estilísticos que pretenden reconocer de forma explícita en su discurso a su interlocutor y que contribuyen a su vez a que el intercambio se vaya desarrollando de forma cooperativa, al menos, en apariencia. Esta búsqueda de igualdad favorece rasgos como: iniciar los temas de conversación valiéndose de interrogaciones (¿cómo fue la reunión de ayer?, ¿has probado el nuevo café?), terminar las frases con una entonación interrogativa o dubitativa e intercalar preguntas o exclamaciones en el discurso ajeno (¡no puede ser!, ¿y qué hiciste?); todos con el fin de que su interlocutor perciba que existe interés en lo que dice.

Esto revela que la mujer opta por el consenso, de ahí que suavice cualquier posible diferencia y minimice su posición de superioridad. Esto también lo consigue cuando, al tomar decisiones, procura que éstas parezcan que han sido consensuadas por el grupo. Otro aspecto relacionado con la tendencia femenina a las relaciones simétricas es la de encubrir su propio estatus, por ello se esfuerza en enmascarar sus conocimientos y experiencias en un campo concreto. De modo que la arrogancia se evita o se suaviza, de hecho habla poco de sus logros personales y con frecuencia recurre a la modestia para acortar las diferencias con los otros.

Esta predilección femenina por los intercambios igualitarios y cooperativos es interpretada en los ambientes laborales como falta de asertividad, de seguridad o incapacidad para el liderazgo. Pero no sólo esta predilección, también la costumbre de expresar las ideas dando rodeos, no porque tengan dudas de lo que desean decir, sino porque se preocupan por el efecto que puedan causar sus palabras en los demás. Por otro lado, las cualidades de la entonación femenina (timbre más agudo, una mayor variación en la intensidad y un tono más elevado y vivaz) son rasgos prosódicos que se asocian a un exceso de emotividad y falta de objetividad.

Otra estrategia habitual de la comunicación femenina, quizás la más estereotipada y hasta ridiculizada en los entornos profesionales, es la necesidad de buscar y crear un clima de intimidad a la hora de tratar temas relacionados con las experiencias vitales; de ahí que se les critique por hablar de los asuntos laborales desde una óptica personal. Esto muchas veces les lleva a sentirse más a gusto intercambiando opiniones en grupos reducidos. Otro de los tópicos desmentidos por muchos de los estudios actuales sobre género y habla, es el asociado al carácter indirecto del habla femenina; rasgo que se asocia erróneamente con manipulación, vacilación o incapacidad para el liderazgo. Por un lado, no es verdad que las mujeres sean siempre más indirectas que los hombres y, por otro, la estrategia indirecta no tiene nada de malo cuando es compartida y cuando, sobre todo en el ambiente laboral, contribuye al logro de los objetivos profesionales de quien la utiliza. El problema surge cuando no hay una sintonización de estilos, cuando el ritual no es compartido por ambos interlocutores. En este último supuesto la expresión indirecta se suele tomar de forma literal o, por el contrario, no se entiende como una estrategia cortés y no se acata, por ejemplo, una orden en la que se ha atenuado su fuerza impositiva.

Por otra parte, asociar la forma de hablar indirecta con duda o inseguridad y la forma de hablar directa con seguridad y capacidad de mando, es una cuestión que depende más de patrones culturales que de un estilo asociado al género. Veamos en este sentido el contraste que destaca Deborah Tannen entre la cultura norteamericana y la japonesa:

“El contraste es pasmoso. Por una parte, los norteamericanos creen que hablar de manera indirecta denota inseguridad y falta de poder. Por otra, los japoneses suponen que hablar directamente significa perder estatus, mientras que hablar indirectamente (dando razones en vez de negarse rotundamente) significa ganar estatus” (1996, 99).

Sobre este punto es importante destacar que la manera en la que hablamos, por sí sola, no puede interpretarse como un reflejo de los rasgos de personalidad del hablante como, por ejemplo, la capacidad para el liderazgo, la seguridad, la autoestima o la confianza. Si asociamos maneras de comunicarse con rasgos psicológicos es porque relacionamos ciertas formas de hablar con personas que son inseguras o carecen de autoestima. Por tanto, la costumbre femenina de, por ejemplo, evitar hablar de sus logros personales o de hablar de forma indirecta no debiera interpretarse como falta de seguridad, sino como una estrategia para acortar las diferencias con su interlocutor y establecer una relación de igualdad más propicia, desde el punto de vista de ellas, para el mutuo entendimiento.

En el caso del habla masculina, aunque no dista mucho del habla femenina, en general, el estilo de ellos se orienta hacia objetivos lingüísticos diferentes de los de ellas;

“(…) para los varones, el estatus está en constante proceso de negociación en la interacción verbal. Por eso tratan de destacar aquellas diferencias que pueden dar lugar a mostrar su superioridad” (Bengoechea, Mercedes: 2003, 9).

Este rasgo estilístico masculino establece relaciones de desigualdad (asimétricas) entre las personas con las que interacciona, sean éstas hombres o mujeres. Esta tendencia se traduce, a nivel verbal, en el uso frecuente de actos de habla en los que dan órdenes de forma directa, aconsejan y expresan sus opiniones de forma autoritaria y hasta inflexible. Como consecuencia de esto, los hombres evitan descubrir sus fallos y debilidades, ya que pondrían en peligro su estatus dentro de la jerarquía -aún más necesaria en el trabajo- y que se ven obligados a negociar de forma constante.

Por tanto, las alabanzas o los cumplidos se reciben con recelo en los ambientes masculinizados, ya que son vistos como estratégicos más que sinceros o una acción verbal más propia de los subordinados. Por otro lado, cuando un hombre hace un cumplido a un compañero, este no intenta minimizarlo, como sería el caso de un comportamiento verbal femenino, sino que por el contrario se interpreta como una acción evaluativa que revaloriza al que lo recibe.

Este comportamiento comunicativo masculino se basa en la creencia de establecer y mantener el patrón de referencia de lo que debe considerarse como estatus o superioridad, no necesariamente equivalente a una auténtica seguridad en sí mismos. Retomamos aquí la idea de que no siempre el habla refleja de forma veraz un estado psicológico o emocional. Es decir, hablar de forma directa no implica forzosamente estar seguro de lo que se dice, sino parecerlo y evitar así la pérdida de credibilidad o autoridad.

En general, los hombres cuando hablan se muestran menos cooperativos, es decir, están habituados a hablar sin mostrar preocupación por la atención de su interlocutor y cuando escuchan no hacen reconocimiento expreso de las palabras ajenas. Tampoco hacen preguntas, lo que no significa necesariamente que no estén atentos a lo que se dice, simplemente no lo manifiestan como hacen las mujeres. Normalmente los hombres abren los intercambios con una afirmación (gran partido el de anoche ¿no?) y no con una pregunta. Este rasgo suele asociarse a una comunicación que aprecia especialmente la información de hechos y datos, en la que todo acto de habla que se aparte de este objetivo se considera irrelevante y, por tanto, susceptible de callarse. En los ambientes laborales masculinizados este rasgo se asocia con una actuación profesional eficiente.

Para ellos la comunicación no se desarrolla de forma cooperativa, muy por el contrario, sus intervenciones después de las palabras de su interlocutor son con frecuencia para expresar desacuerdo, poner en duda las aseveraciones u opiniones del otro, negar sus palabras, criticar, burlarse e incluso insultarle por sus afirmaciones. Todo esto sin que se produzca un conflicto ni que las críticas se tomen como ofensivas, más bien son recursos que refuerzan los lazos de camaradería entre compañeros de trabajo. Esta característica habitual del estilo masculino se lleva hasta sus últimas consecuencias en la comunicación bursátil. La expresión de una orden (“¿qué pasa con el doce?”) o una demanda (“No joder/ pero oriéntame un poco macho”) de forma directa, tajante y hasta con rudeza verbal, no sólo no es vista como una agresión a la libertad del otro o como una grosería intolerable, sino que es reflejo de un estilo que tiene carta de idoneidad en la Bolsa. Así, no es de extrañar que en las conversaciones bursátiles los gritos y gestos de agresividad sean habituales, sin que en ningún momento se obstaculice la buena relación de los corredores; por el contrario, es una manera habitual de fomentar confianza entre compañeros.

A diferencia de las mujeres, ellos desarrollan los temas de manera individualista y habitualmente competitiva, buscando ser el centro de atención con el fin de mostrar su superioridad. Esta tendencia también contribuye a que el hombre se promocione, destaque abiertamente sus logros y habilidades, comportamiento que contribuye a conseguir ascensos. Para el hombre, en general, los objetivos conseguidos en el trabajo no son producto de una labor en equipo sino un logro individual.

Otra diferencia masculina está relacionada con la entonación que en ellos presenta muchos menos matices que en ellas; es una entonación fría y distante más adecuada, según el criterio masculino, para la resolución de problemas, la discusión de temas o para dar órdenes. Esta tendencia masculina a usar una entonación más plana responde a un estereotipo: parecer expertos en la materia y no implicados emocionalmente. En pocas palabras, se asocia objetividad, precisión y neutralidad con una entonación sin fuertes variaciones.

En general, tanto el estilo considerado femenino como el masculino tienen sentido en el contexto en el que fueron aprendidos, pero en el ambiente laboral tienen consecuencias muy diferentes. Según la lectura que he hecho de ambos estilos en el ámbito laboral, el estilo femenino está en desventaja competencial con respecto al masculino; al menos desde una perspectiva de análisis que tiende a la generalización; el problema de este tipo de lectura es que el escenario sobre el cual se contrastan ambos estilos es fijo, el contexto comunicativo es el mismo, es decir, se trata como un modelo teórico que no refleja fielmente la pluralidad de realidades que existen en el entorno o entornos laborales concretos. Cada situación profesional activa una serie de estrategias tanto conductuales como verbales que regulan las relaciones interpersonales y aseguran la comunicación. Así, las distintas profesiones u oficios rescriben las reglas de comportamiento “habituales” en otros ámbitos sociales para adaptarlas a sus especiales exigencias y concretas necesidades comunicativas. Es decir, un corredor de Bolsa maneja un registro profesional bastante diferente al de un pediatra, sean estos hombres o mujeres. El estilo comunicativo de una corredora de Bolsa, “para ser eficiente y obtener resultados positivos en su trabajo”, está más cerca de lo que ya hemos descrito como estilo masculino que del femenino. Por el contrario, el estilo de un pediatra debe procurar acercarse a los rasgos propios del habla femenina. Con esto quiero destacar que cada persona, independientemente de su sexo y de su estilo de habla, debe aprender, simultáneamente con el instrucción técnica de una determinada profesión, el registro que exige la comunicación eficaz en ese concreto entorno especializado, so pena de ser o parecer incompetente.

Aún más, dentro de un mismo desempeño profesional, tanto hombres como mujeres, deben enfrentarse diariamente a distintas situaciones que requieren actitudes comunicativas y registros diversos. Sirvámonos del ejemplo que documenta Debora

Tannen (1996: 142) de una pediatra que debe enfrentarse a dos situaciones concretas de comunicación (entrevista con la madre de un paciente y una junta médica) en las que se ve obligada a variar-acomodar su registro "profesional". En la entrevista con la madre de la paciente con una grave malformación cerebral, la pediatra se mostró insegura: vaciló con mucha frecuencia, usó expresiones vagas que no aclaraban de forma definitiva la patología de la niña, evitó enfatizar las consecuencias más negativas de la dolencia, fueron habituales los rodeos y las repeticiones. Esa misma médica, que se mostraba tan poco segura al explicar a la madre la gravedad de la malformación de su hija, en la reunión con otros colegas expresaba la misma información de forma firme y directa.

La aparente falta de seguridad y claridad de la pediatra en la primera situación se debía a su desconocimiento de cuánta información manejaban ya los padres sobre la dolencia de la hija y su sensibilidad al posible impacto emocional que supondría decir a la madre que la niña podría morir en cualquier momento. Un profesional de la medicina, sea hombre o mujer, debe ser conciente de que trabaja con el dolor de personas reales que demandan información objetiva y clara, pero además, sensibilidad y tacto. Este caso hace más evidente la necesidad de una flexibilidad en los registros también en el campo profesional. No podemos mandar a una médica a que hable con la madre porque su estilo comunicativo en virtud de su género parece el más adecuado para atenuar el impacto emocional y dejar que sea un médico el que informe del mismo caso al equipo de colegas.

En suma, si bien es difícil negar que el estilo asociado culturalmente al habla femenina en muchos ambientes laborales, sobre todo los relacionados con la empresa, suele ser considerado menos apropiado que el masculino, esta realidad no puede extrapolarse a todos los entornos profesionales. De hecho, existen muchas profesiones en las que el hombre debe acercarse a la fórmula femenina porque el desempeño eficiente de su labor así se lo exige. De modo que lo importante es que el hablante acomode su comportamiento comunicativo a las necesidades de la labor concreta y a las diferentes situaciones que se le presentan, sin importar si ese comportamiento se aleja o se acerca al estilo que emplea en otros ámbitos, como el familiar o el de las amistades, y que de forma estereotipada (no siempre tan habitual como creemos), se asocia a su sexo.

3.- En la práctica

Mi intención en este apartado es comprobar en algunas muestras de intercambios laborales concretos, como el tipo de labor profesional condiciona el comportamiento comunicativo y de estilo de habla utilizado, independientemente del género de los hablantes y sin que el cambio de un registro, considerado diferente al que naturalmente se espera en función del género del hablante, suponga un comportamiento discriminatorio.

Comencemos por unos de los entornos laborales tradicionalmente más masculinos: *la contratación bursátil*. En la Bolsa de valores trabajan hombres y mujeres que realizan las mismas funciones y comparten similares responsabilidades; con esto quiero decir que dentro de la "mesa de contratación" [1] no hay división de tareas en función del sexo.

Veamos una conversación entre una corredora (Ana) miembro del mercado y su cliente, también corredor (Esteban) que le "pasa" una orden de compra. Ambos hablantes tienen el mismo nivel jerárquico dentro de sus respectivas agencias y realizan funciones similares:

Ana: Dígamelo

Esteban: Al ciento cuatro/ siete tres/ compro cien/ del doce un cuarto

Ana: ¿PERDONA?

Esteban: Al ciento cuatro/ siete tres/ compro cien/ del doce un cuarto

Ana: Pues ahí te pongo

Esteban: ¡Venga!

Ana: Ahí estás [2]

Sería imposible identificar por marcas en el lenguaje cuál es el género de los hablantes: un corredor le ordena a un compañero que le compre de forma inmediata unas acciones y el otro ejecuta la orden. Ambos utilizan el estilo directo, tanto para iniciar el intercambio (“dígamelo”) como para ordenar la compra de acciones (“Al ciento cuatro/ siete tres/ compro cien/ del doce un cuarto”). Este estilo directo y hasta impositivo no genera conflictos en los hablantes que lo utilizan con naturalidad. Esteban no se extraña ni se siente agredido cuando Ana desecha el saludo y usa el imperativo como fórmula de apertura; ni Ana se molesta por la imposición de una orden directa por parte de Esteban que también olvida el saludo. Similar situación y estrategias comunicativas se repiten en la Bolsa sin importar si quien emite la orden es una mujer y quien la recibe un varón o viceversa.

Si trasladáramos este estilo de habla al ámbito familiar o a otro contexto laboral, el conflicto y la ruptura del contacto comunicativo estarían asegurados; pero en la Bolsa esto no ocurre. Las necesidades de la labor bursátil -emitir una orden clara en el menor tiempo posible- obligan a reelaborar las normas que regulan los intercambios comunicativos, con el fin de evitar conflictos ante actos de habla que necesitan ser claramente impositivos -ordenar, demandar, aconsejar-, y que además deben expresarse de forma rápida y directa. Estas condiciones, más relacionada con la naturaleza del oficio que con el género del hablante, hace que la modalidad identificada como masculina sea la más idónea a las necesidades comunicativas del oficio bursátil, sobre todo en lo que respecta a la *contratación*, en la que la precisión y la rapidez son dos factores básicos para la efectividad del intercambio y, en definitiva, de la labor del corredor.

En los intercambios bursátiles el saludo se simplifica o se elide, ya que retrasaría la emisión de la orden o la obtención de información. Cuando un corredor ordena una compra o una venta, lo hace con una pronunciación muy marcada, en ocasiones, casi gritando. Así, no es de extrañar que los gritos y gestos de agresividad sean habituales, sin que en ningún momento se obstaculice la buena relación de los corredores; por el contrario, es una manera habitual de fomentar la camaradería entre compañeros. Esa confianza entre corredores es el factor contextual que facilita la libertad expresiva, es decir, el descuido formal, el empleo de un léxico más cercano a la modalidad coloquial y hasta vulgar, la omisión de rutinas corteses, la explosión emocional (blasfemias, tacos, frases hechas, etc.); estrategias que facilitan la fluidez expresiva e interpretativa en el medio bursátil. Veamos como se repiten dichas estrategias en otro intercambio mixto:

Luis: Véndeme a quince/ Manoli/ los diez

Manoli: Están dando hasta trece/ hasta el once/ están dando/ hasta el diez <mala leche> han dado/ diez a quince// cuando me lo estabas

diciendo/ estaba viendo que estaban / diez a catorce (mucho ruido de fondo, voces y pitidos)

Luis: Jodé/ me sale ahora el diez/ fíjate

Manoli: Once a catorce/ ahora

Luis: Es que papel/ moza/ tampoco hay mucho/ ¿no? <no>/ porque catorce hay algo/ quince ná/ y luego salta a veinte/ ¿no?

Manoli: Están comprando a catorce ahora/ están po/ poniendo dinero/ ante[s] han puestooo/ ciento tres/ ahí a ciento cincuenta y dos/ a veces pagan para diez/ ahora/ la oferta está a veinte/ a diecinueve, vaya/ vaya, dan otra vez/ dan otra vez/ hasta el diez

Luis: Ponme a dieciocho/ a vender diez (ruido de teclas de ordenador)

Manoli: Estás como mejor oferta // está doce a dieciocho/ le han dao al doce/ no le dejan respirar, ¿eh?

Como hemos podido ver, la Bolsa es uno de los medios comunicativos menos propicios a las estrategias corteses básicamente por tres razones: el principio que prevalece es el transaccional (transmisión eficaz de información), el tiempo de emisión es corto y la relación entre los hablantes es simétrica. Hasta podríamos afirmar que existen una serie de normas de convivencia social específicas del mundo bursátil en las que se aceptan como habituales ciertas transgresiones -al tacto, a la modestia, a la libertad de acción, al deseo de ser apreciado- intolerables fuera de las fronteras de la mesa de contratación.

Por otro lado, esta necesidad, casi obligación, de “saltarse” las normas corteses también viene propiciado por un ambiente donde las jerarquías profesionales no están marcadas en el lenguaje ni en el trato diario de los corredores. Predominan las relaciones simétricas, más cercanas al compañerismo que a rígidas diferencias entre jefes y subalternos. Un Cliente que aporta millones a la agencia y el corredor más novato mantienen una relación de igualdad en la que lo primordial es hacer efectiva lo antes posible una orden de compra o venta. Este rasgo de trato profesional no puede leerse como contrario al estilo comunicativo masculino -y su constante lucha por el estatus- o como un rasgo femenino dentro del entorno de la contratación bursátil, sino como una necesidad que deriva únicamente de la mecánica propia del oficio de corredor.

La demanda de información y el dar órdenes son actos de habla consustanciales al oficio bursátil; si sumamos a este hecho el factor tiempo, tendremos los condicionantes del tipo de discurso que he descrito antes. El estilo de habla identificado como masculino se adapta perfectamente a estos condicionantes, resultando sin duda el más idóneo para este tipo de comunicaciones. Esto no significa que una mujer no puede trabajar en la Bolsa, de hecho en la actualidad hay muchas mujeres corredoras. La clave está en que la mujer debe aprender a hablar como una corredora de Bolsa, no como una manera de sobrevivir en un ambiente masculino, sino como una faceta más de su desenvolvimiento profesional. Pero este aprendizaje comunicativo también lo deben hacer los corredores masculinos, ya que no sólo por el hecho de ser varones y hablar como tales les capacita para expresarse eficazmente en una mesa de contratación. El oficio bursátil no discrimina a las mujeres o a su forma de hablar, esta no es la perspectiva adecuada, sencillamente es fiel a sus necesidades comunicativas.

Cambiamos de escenario, de profesión y de registro. En este caso vamos a describir la labor de dos periodistas de diferente sexo que presentaron el mismo programa, con el objetivo de descubrir cuál de las estrategias utilizadas por cada uno de ellos fue la más acertada, al ajustarse mejor a las necesidades del programa. Para ello analizaremos algunos momentos de dos emisiones de *Lo que necesitas es amor*, programa transmitido por *Antena Tres*: una emisión del 30 de enero de 1994, moderado por Isabel Gemio; y otra del 3 de febrero de 1995, presentado por Jesús Puente. *Lo que necesitas es amor* era un programa que se inscribía dentro del Reality Show, género periodístico que invade el terreno de lo privado para ir más allá de lo íntimo, hasta hacer de la revelación de la vida privada del hombre común un espectáculo, cada vez más demandado por el ávido televidente.

En líneas generales, y de cara al espectador, el objetivo del programa consiste en unir sentimentalmente a parejas casi siempre en conflicto. El presentador o presentadora actúa, a petición de uno de los integrantes de la pareja, como intermediario con el fin de lograr la reconciliación, cosa que no siempre es posible ni obligada. En general el programa sigue el siguiente esquema: el integrante de la pareja interesado en la reconciliación manda una petición por escrito o telefónicamente a la producción del programa, pidiendo sea transmitida su historia. Si su solicitud es admitida, según criterios que se nos escapan, la persona se presenta ante las cámaras, expone las razones de la ruptura y envía un mensaje grabado en vídeo a su compañera o compañero sentimental pidiéndole la reconciliación. La otra parte ve la cinta, expone sus razones y acepta o rechaza la petición.

Lo que necesitas es amor emplea la entrevista de tema ligero; corresponden a este apartado las entrevistas de temas de sociedad y temas del corazón que se transmiten en programas de variedades y entretenimiento. Generalmente se suelen entrevistar a personas que tienen dificultades para hablar y que rompen a llorar con facilidad al estar sometidas a una fuerte tensión emocional, al verse obligados a revelar sus conflictos privados ante los medios de comunicación. Este tipo de entrevistas tiene al ser humano como protagonista exclusivo; lo importante es su imagen y su palabra, su forma audiovisual de expresarse y su intimidad.

El objetivo primordial de *Lo que necesitas el amor* no es, como podría pensarse, unir a las parejas en conflicto, sino conmover sentimentalmente al público. Para ello el moderador o moderadora debe conducir a los entrevistados a expresar, con la mayor naturalidad y comodidad posible, sus ideas y sentimientos, sin descalificarlos o ridiculizarlos ante la audiencia. En base a estas expectativas generales deben definirse las estrategias comunicativas que faciliten el cumplimiento de dicho objetivo.

Veamos los primeros momentos de ambos programas: Isabel Gemio comienza dando importancia a la relación afectiva que se estableció entre la producción del programa y el entrevistado, de la cual participa activamente la presentadora. Obsérvese el uso reiterado de adjetivos calificativos:

A la audiencia: José Miguel/ de 34 años/ ah/ nos escribió una carta/
muy hermosa/ contándonos toda su historia/ eh/ lo está pasando mal /eh/
me contaba en su carta/ que este año 1993/ que hemos dejado atrás/ ha
sido/ como para mucha gente/ un año **catastrófico** para él

A José Miguel: ¿Cómo estás?/ Vamos a ver/ tú nos/ eeh/ has escrito
una/ **emotiva** carta/ en la que nos cuentas/ que hace/ eh/ dos meses y
medio/ perdiste a la mujer con la que convivías/ ¿no? ((...))

Isabel Gemio hace constante referencia a la emotiva carta que puso en contacto al entrevistado con el programa, en un intento por reforzar, desde el inicio, el vínculo afectivo con su entrevistado. Por otra parte, dicho contacto no está totalmente mediatizado por el proceso de producción, ya que la moderadora ha leído la carta y conoce los detalles de la historia personalmente. Esta estrategia contribuye claramente a aminorar la tensión que produce el ambiente televisivo en el entrevistado, además de evitar que su problema sea considerado un asunto banal por la audiencia. Sin embargo, en el discurso de Jesús Puente;

Alejandro/ eh/ teníamos todo montado/ teníamos una historia que contar ahora/ pero/ non/ nos han dicho en redacción/ es muy urgente lo que tiene que contar Alejandro// yyy/ me han contado/ mm/ la redacción/ me ha contado/ que tú has dicho/ que eres un hombre muy celoso ((...))

existe un claro distanciamiento entre el moderador y el entrevistado mediatizado por el departamento de producción. El moderador desconoce los detalles básicos de la historia, lo cual dificulta que se establezcan los vínculos de igualdad y confianza previos necesarios para crear un clima (artificial o no) de familiaridad entre los interlocutores. Al inicio de la transmisión, Jesús Puente insiste innecesariamente en explicar al televidente el proceso de producción que puso en contacto al entrevistado con el programa, dejando de lado la necesidad de contribuir a que los televidentes y el público presente en el estudio empatice con la problemática del entrevistado. En pocas palabras, trasladar al entorno profesional la tendencia del habla femenina a crear un clima de intimidad que propicie la expresión mutua de las experiencias vitales. La creación de este clima de familiaridad entre el moderador y el entrevistado, es esencial para conseguir un intercambio fluido, lo más cómodo posible. Además, si el presentador no empatiza ni se conmueve con la problemática del personaje, éste y su problema corren el riesgo de resultar ridículos.

A diferencia de Jesús Puente, Isabel Gemio consigue crear esa atmósfera de confianza y amistad necesarios con el empleo abundante de adjetivos calificativos y la reiteración del estado emocional en el que se encuentra José Manuel, recursos que le permiten relacionar afectivamente al público con la historia y con los protagonistas:

Vamos a la siguiente historia/ es una **gran** historia de amor/ la queee/ vamos a vivir/ a partir de/ de estos momentos// José Miguel/ de 34 años/ eh/ nos escribió una carta/ **muy hermosa**/ contándonos toda su historia/ eh/ lo está pasando mal/ es una historia de amor sin duda alguna/ y **lo está pasando mal**/ porque lleva unos meses/ eh/ separado de de su mujer ((...))

Jesús Puente, por su parte, no busca centrar la atención del espectador en la problemática del entrevistado o en su estado emocional, a fin de conmover al televidente y que éste se sienta identificado con la historia;

Teníamos algún programa montado por completo/ y hemos tenido que desmontar toda la programación/ porque a continuación/ venía una historia/ pero hemos tenido que/ dejarla aparte/ porque alguien nos llamaba urgentemente/ y con tanta urgencia nos llamaba/ que decidimos/ eh/ ocupar ese espacio con esa historia/ que nos va a contar/ Alejandro/ Alejandro muy buenas noches/ ¿Alejandro? (aplausos del público y tema musical del programa)

muy al contrario, el predominio de los verbos en pasado y los deícticos utilizados tienden a centrar el discurso en el momento de la producción del programa más que

en el momento presente de la grabación, lo cual contribuye a crear un efecto distanciador que dificulta la relación simétrica entre los interlocutores e impide establecer una relación de empatía entre los protagonistas de la historia y el público (presente y televidente). Este aspecto aleja la situación comunicativa al recordar un momento desconocido para el receptor y, por tanto, carente de interés efectivo en el presente del programa. Jesús Puente muestra su interés por la historia de Alejandro al recalcar, desde una visión masculina del estatus, que se sustituyó a un protagonista por otro.

Ahora centraremos el interés en las preguntas, observaciones, juicios y la actitud del moderador frente a la problemática del entrevistado:

Las intervenciones de Isabel Gemio, ya sean preguntas, comentarios u observaciones, buscan mantener el hilo de la conversación dentro de los límites que interesan a su entrevistado: lograr el perdón de su pareja y la reconciliación. Por ello, evita emitir juicios de valor que perjudiquen la imagen de su interlocutor, casi nunca toma la palabra del otro, no corrige su intervención desvirtuándola ni realiza resúmenes que condicionen la comprensión final de los hechos. Por el contrario, deja el canal abierto para que fluyan libremente las palabras de sus entrevistados. La mayoría de las preguntas que realiza buscan reforzar la importancia de los sentimientos del otro, enfatizar el cambio positivo en la personalidad del entrevistado, conducir el discurso hacia las causas de la ruptura y hacia las posibles soluciones:

I.G: **La pasaste muy mal/** claro una muerte de una hermana/ pues es algooo/ muy fuerte que puede destrozar a un ser humano no/ tú la querías mucho/ imagino (bastante) /que estabas muy unido/ ¿y era muy joven tu hermana?

J.M: 27 años

I.G: Ah claro/ bueno **vamos a dejarlo por que/ esa es otra historia/** eh/ por qué vosotros seguís/ o sea eeh/ os seguís viendo ((...))

En el programa moderado por Jesús Puente contamos con numerosos ejemplos en que el moderador aconseja (con poco tacto) a su entrevistada (Martina, la enamorada de Alejandro); aconsejar es un acto de habla que establece diferencias de estatus, ya que enmarca al consejero como dominante y al aconsejado como subordinado. Además es frecuente verle interrumpir a su entrevistada para condicionar su discurso y desviarlo hacia una conclusión artificial del conflicto:

J.P: Yyy/ tenías algooo/ que decirle algo/ **estas muy de acuerdo/** con todo lo que ha dicho Alejandro/ en el mensaje/ y todo lo que ha contado de la entrevista/ o tienes algo en contra de todo eso

Martina: Yo tengo algo que decir/ si no ando con él /no es porque no lo quiero mm/ pero hay cosas que no puedo/ tolerar/ miraaa/ es que es unnn/ chico que es muy ge[ne]roso [muy celoso/ muy celoso=] yyy/ no se puede hablar con él/ bueno cuandooooo/ le dice algo se enfada/ y no se enfada diciendo no/ no te hablo así/ pero se enfada/ yyy/ hace algunas cosa que a mí no me gusta

J.P: Ya/ vale/ jeje (risa) **a que vienes a regañar aaa/** Alejandro ahora/ venías de París/ y vienes a regañarle/ en **vez de sonreírle y decir/** Alejandro cómo estás/ he recibido tu mensaje de amor/ y bueno te doy una pequeña posibilidad/ alguna bu/ ba /algunaaa/alguna puerta abierta

para que Alejandro/ se acoja a esa puerta abierta/ ¿hay alguna posibilidad
Martina? ((...))

Las frases en negrita muestran las palabras claves que expresan la imposición del sentido que desea dar Jesús Puente al discurso de Martina. La primera frase "estas muy de acuerdo" no es una pregunta, sino una afirmación que busca condicionar la respuesta de su interlocutora. Como la respuesta de Martina no satisface las expectativas del moderador, éste toma la palabra y la reelabora para acercarla artificialmente hacia un plan preestablecido: lograr que Martina le dé una oportunidad a Alejandro. Este texto es un ejemplo claro de una estrategia comunicativa equivocada que lejos de establecer una relación simétrica, acrecienta la distancia y la desigualdad entre los interlocutores: el moderador cuestiona públicamente la conducta de la entrevistada ("Ya/ vale/ jeje (risa) a que vienes a regañar aaa") y corrige a su interlocutora poniendo de relieve el rasgo negativo de Alejandro, cosa que no favorece precisamente la reconciliación y atenta contra la imagen de la parte que solicita la ayuda. Por otro lado, el espectador televisivo percibe claramente como el moderador fuerza artificialmente una solución y no deja que su entrevistada se exprese libremente.

Veamos una situación comunicativa similar en el diálogo de Isabel Gemio con la pareja de su solicitante:

I.G: Entonces eeh/ estas dispuesta a intentarlo

A: Sí/ pero tenían que cambiar muchas cosas/ eso con respecto/ aaa/ lo que nos ha destruido/ y ponerlo en su sitio

I.G: Entonces eh/ tú crees que hay que aprovechar esta oportunidad// intentarlo

A: Sí

I.G: Lo dejamos ahí/ y tu crees queee/ entonces/ hay que hablarlo lógicamente [sí=]/ de momento lo dejamos ahí [sí=]/ te parece bien

A: Sí

El objetivo de Isabel Gemio no es diferente al de Jesús Puente: conseguir una nueva oportunidad para su entrevistado, pero utiliza una estrategia diferente con respecto al discurso anterior. La presentadora no se coloca en una posición de superioridad condicionando abiertamente las respuestas de su entrevistada; en ningún momento reelabora, a su favor, las palabras del otro, ni cuestiona (regañando a su interlocutor, como hace Puente) los pensamientos ni los sentimientos de su interlocutora. De hecho la frase siguiente: "Lo dejamos ahí/ y tu crees queee/ entonces/ hay que hablarlo lógicamente [sí=]/ de momento lo dejamos ahí [sí=]/ te parece bien" muestra como la moderadora respeta la opinión del otro y además hace una llamada al acuerdo, estableciendo una relación de igualdad.

En síntesis, el objetivo central del programa no es la reconciliación de las parejas, hecho imposible de prever antes del proceso de selección de los protagonistas. Por otra parte, la transmisión de historias cuyo final no terminaba en reconciliación no influyó en el interés de la audiencia. De modo que considero que el objetivo del programa o, mejor dicho, el interés que despierta en el espectador radica en la narración ante las cámaras de televisión de una problemática de tipo amoroso de la cual puede participar el espectador directamente. De modo que, *Lo que necesitas es amor* se vale del interés innato -me temo que cada vez más creciente- de muchos

individuo por la vida y los conflictos del otro; de ahí que el papel del moderador sea hacer hablar a su entrevistado lo más cómodo y libre posible, dentro de las tensiones normales de una conversación en un plató de televisión. Para lograr este objetivo, el moderador debe establecer un vínculo de "aparente" amistad (igualdad) y confianza que le permita al entrevistado confesarse ante las cámaras, sin ver ridiculizado o trivializado su problema. La estrategia comunicativa más acertada a las necesidades del programa es aquella que haga de la conversación lo más parecido a una charla amistosa entre amigos.

El estilo discursivo más cercano al descrito como femenino utilizado por Isabel Gemio es la estrategia más adecuada a las necesidades del programa, sea presentado por un hombre o por una mujer. En este tipo de circunstancia comunicativa ocurre lo contrario que en los intercambios en la Bolsa, en este caso un presentador hombre debe hacer un esfuerzo mayor para adaptar el estilo comunicativo que le es natural (en virtud de su género) y acercarse al registro, en este caso más cercano al estereotipo femenino, que más favorece las necesidades comunicativas de su trabajo, es decir, aquel que le hará ser más competente.

Volvamos a cambiar de escenario profesional, en este caso nos acercaremos a un tribunal en el que se celebra un juicio verbal por la vía civil; los actores en este caso son: una jueza, una abogada que representa a la parte demandada y un abogado que representa a la parte demandante. La parte demandante, una comunidad de vecinos, acusa a una propietaria de realizar una reforma ilegal en su inmueble, ya que no cuenta con la autorización ni del Ayuntamiento ni de la propia comunidad de vecinos.

En la situación concreta "juicio legal" el desarrollo comunicativo está fuertemente ritualizado, condicionado por una serie de procedimientos rígidos, fijados institucionalmente: el establecimiento de los turnos de palabras, el tiempo de intervención de cada interlocutor, el comportamiento verbal (léxico, fórmulas de cortesía, volumen de voz, entonación...) y paraverbal (gestos, movimiento corporal, vestimenta, actitud...) y hasta la distribución espacial de los participantes. Por ejemplo, si en la Bolsa veíamos como el grito y el insulto eran admitidos y hasta necesarios, en un tribunal sería motivo de desacato y reprimenda. Esto nos muestra sencillamente que las reglas del juego han cambiado, al pasar a un contexto profesional diferente; este cambio contextual conlleva también el uso de un registro de habla distinto: imaginemos a un corredor de Bolsa que debe comparecer como testigo o acusado ante un tribunal.

En este juicio contamos con profesionales de ambos sexos desempeñando, a excepción de la jueza, igual labor y ostentando la misma jerarquía. Con esto apuntamos que están en situación profesional simétrica. Ahora convendría analizar la actuación verbal de ambos abogados y su eficacia a la hora de defender los intereses de sus clientes, que es, en definitiva, el objetivo principal de sus esfuerzos profesionales y comunicativos. Por otra parte, rastreamos si los rasgos característicos del estilo comunicativo de cada género dominan o condicionan de forma determinante el registro que se espera de un eficiente abogado.

El juicio se inicia con la intervención del abogado que interpone la demanda -en nombre de la comunidad de propietarios-, después de que la jueza comprueba que no ha habido acuerdo previo entre las partes. Como puede suponerse en un juicio oral, la actuación comunicativa del abogado es vital; tanto a nivel argumentativo-persuasivo, como a nivel prosódico. Sería demasiado extenso y críptico para los que no estamos familiarizados con los tecnicismos jurídicos analizar las diferentes argumentaciones expuestas por ambos profesionales, así que me centraré en apuntar algunos aspectos relacionados con la locución y la adecuación del comportamiento comunicativo. Veamos algunos aspectos de la intervención del abogado de la acusación:

Parte demandante (abogado): Con la venia señoría↑ para ratificarnos en nuestro escrito de demanda→/ muy sucintamente considerar que se ha hecho una obra ilegal↑/ y que no cuenta con la autorización del Ayuntamiento/ to↓/ de/ no/ de la autorización de la comunidad de propietarios→/ eh→/ tampoco se han presentad↓/o un proyecto→/ visado→/ por→/ eh→/ profesional→/ eh→/ arquitecto en este caso↑/ y↑/ y tampoco se pidió→/ licencia de obra al Ayuntamiento→/ por lo que esta parte desconoce→/ eh→/ las→/ problemas que pueda acarrear una obra→/ inconstituida→/ entonces→/ eh→/ solicitamos una→/ una demanda→/ °(a tenor de lo dispuesto en nuestro→/ digo perdón↑/ una sentencia ante lo dispuesto en→/ la nuestro escrito de demanda/ y solicitamos el)° (()).

El primer aspecto que nos ha llamado la atención de la intervención del abogado son los tropiezos que le obligan a corregirse, por ejemplo, cuando confunde la autorización del Ayuntamiento con la de la comunidad de propietarios (“y que no cuenta con la autorización del Ayuntamiento/ to/ de/ no/ de la autorización de la comunidad de propietarios”) o cuando duda al decir el tipo de profesional que debe visar el proyecto de la obra en cuestión (“o un proyecto/ visado/ por/ eh/ profesional/ eh/ arquitecto en este caso”). Estos titubeos y dudas a la hora de exponer sus argumentos restan seguridad y firmeza a la intervención, cualidades básicas que debe esperarse de la actuación de un letrado. En cuanto a la locución, el abogado no se aprovecha de los diferentes recursos - la intensidad (volumen), la duración (velocidad), la entonación o la segmentación (uso de las pausas)- que proporciona el canal oral (la voz), para hacer que su intervención sea más eficiente (persuasiva y convincente). En general su entonación es bastante monótona, con pocas bajadas o subidas en el tono. Rasgo que, por otra parte, se considera característica del estilo masculino que, como señalamos más adelante, en los ámbitos profesionales se suele asociar con credibilidad y rigurosidad. Tampoco se aprecia un cambio en la intensidad, todo su discurso se emite con el mismo volumen, incluso, con una clara disminución al final de su intervención, llegando hasta el susurro. No hace una segmentación significativa, es decir, no se vale de la colocación estratégica de las pausas para, por ejemplo, reafirmar palabras o frases. La velocidad de su discurso también es bastante homogénea, toda la intervención fue pronunciada a una misma velocidad (más bien rápida), sin aprovechar recursos como el silabeo o las pausas que le hubieran servido para darle énfasis a palabras claves de su intervención. En cuanto a su dicción: tiende a la relajación, a una vocalización descuidada que, en algunos momentos de su intervención, afecta a la claridad.

Veamos ahora la intervención de la abogada de la defensa:

Parte demandada (abogada): Con la venia Señoría↑ (carraspeo)/ para solicitar la desestimación íntegra↑/ de la demanda (carraspeo)→/ por tres motivos↓/ la primera↑/ tal y como consta↑/ en la diligencia de suspensión de obra de fecha 26 de febrero del año 2003↓/ la obra estaba tÉrminada↑/ la obra está acabada↑/ faltando solamente remates↑/ y su↑/ adecuación interior↓/ de acuerdo con mu[cho]→/ múltiple jurisprudencia→/ que esta parte además aportará↑/ aaa↑/ a título ilustrativo↓/ cuando faltan→/ solamente temas de→/ algo de pintura→/ falta alicatado→/ faltan remates→/ falta suelo→/ falta barnizado→/ pero la obra→/ en sí ↑/ está realizada↓/ nunca puede proceder el interdicto de obra nueva→/ en su caso→/ procedería el declarativo correspondiente→/ pero jamás↑/ un interdicto de obra nueva→/ dado↑/ precisamente los perjuicios que ella ocasiona↓ ((...))

Comencemos por destacar el uso significativo que hace la letrada de la entonación: la regla de oro de una buena entonación es la variedad, hablar de manera que las secuencias fónicas resulten lo más variadas posibles, es decir, conseguir que las

curvas de entonación tengan altos y bajos más perceptibles y más abundantes; en suma, hacer de la entonación un elemento significativo. Esta cualidad muy valorada en el arte de la oratoria (y, por tanto, importante para la labor de un abogado) es considerada como una característica del habla femenina mal vista en los ámbitos laborales, como ya explicamos adelante.

A primera vista observamos que en la intervención de la abogada de la parte demandada hay una mayor variedad en la entonación y, lo más importante, esa variación está en función de una estrategia clara, el énfasis. La abogada utiliza una curva de entonación ascendente (↑) con una subida apreciable de la intensidad (ÍNTEGRA) y disminución de la velocidad a la hora de pronunciar aquellas palabras que desea destacar (“la obra estaba tÉRminada [3]↑/ la obra está acabada↑/ faltando solamente remates↑/ y su↑/ adecuación interior↓”). En cuanto a la dicción, vemos como pronuncia con mayor énfasis la sílaba tónica de la palabra que necesita destacar y además no tiene problemas en desplazarla de su lugar natural a la primera sílaba, como por ejemplo, en la palabra “tÉRminada”. Recurso éste muy utilizado por algunos políticos españoles como, por ejemplo, Felipe González. Otro recurso muy empleado por la abogada es la variación significativa de la duración (velocidad) con el fin también de enfatizar (disminuyendo la velocidad sin llegar al silabeo) aquellas palabras o frases que desea subrayar; por el contrario, en los momentos que considera menos relevantes aumenta la velocidad y disminuye el volumen. De modo que la abogada se vale de los recursos que le proporciona la oralidad para marcar aquellos términos o sintagmas que le resultan relevantes a la hora de captar la atención de la jueza.

Un aspecto que llama la atención de la intervención de la abogada, en contraste con la de su homólogo, es la correcta y esmerada dicción; la abogada se esfuerza por vocalizar con perfección, sobre todo, aquellos términos que busca subrayar. Esto se traduce en una mayor claridad y credibilidad.

La abogada de la parte demandada ha hecho un uso más eficiente de las posibilidades que proporciona el canal oral. Si bien todos los estudiosos del habla de género coinciden en atribuir al estilo femenino una mayor variación tonal, en cuanto al volumen, se aprecian diferentes posturas: mientras Ángel López García y Ricardo Morante (*Gramática femenina*, 1995: 70) opinan que “(...) el susurro se da sobre todo entre mujeres, las voces potentes y vigorosas entre hombres”; Mercedes Bengoechea defiende lo contrario: “el tono de voz algo más alto” (2003: 7) es más propio de la mujer. Estas opiniones son representativas de estudios generalistas que no parten del habla concreta de la mujer y del hombre en un contexto de comunicación real. En el caso concreto que nos ocupa, la abogada de la defensa usa el volumen de la voz como mecanismo de énfasis, consiguiendo así llamar la atención de la jueza y reforzar los puntos clave de su argumentación. No es que ella hable más alto que el abogado demandante, sencillamente se vale de la variación en la intensidad como recurso argumentativo: aumenta el volumen cuando quiere enfatizar y lo baja para atenuar. Este uso de la intensidad no debe interpretarse como un rasgo asociado al género, sino como una simple estrategia que usa una profesional en el desempeño eficiente de su trabajo.

Este caso concreto de actuación comunicativa, como los otros casos, no puede ser estudiado en función del género de sus actantes. La actuación de la abogada de la defensa fue más acertada que la de su compañero de profesión, no por utilizar el estilo femenino en el tribunal ni adoptar sin más el masculino, sencillamente puso a favor de su labor todos los recursos que le ofrece la expresión oral: entonación variada, cambios de volumen, cuidada dicción y cambios de frecuentes de velocidad. Ser abogada o abogado y expresarse como tal ante un tribunal es sencillamente una competencia profesional que se aprende y se educa, no una cualidad asociada al género.

4.- Para terminar

Después de estudiar tres actuaciones comunicativas en diferentes entornos laborales, hemos podido ver que los rasgos lingüísticos e interactivos eran más sensibles al contexto, a las puntuales circunstancias de uso y a las necesidades comunicativas de cada desempeño profesional que al género del emisor. No se puede estigmatizar el registro de habla de un género, casi siempre el femenino, como inadecuado para el desempeño profesional de una actividad en concreto; una mujer puede ser una buena empresaria, policía o abogada; mientras que un hombre puede ser un eficiente pediatra, secretario o esteticista. Ambos sexos deben adaptar su registro comunicativo fuera del ámbito laboral (no sólo las marcas de género, sino cualquier otro rasgo inadecuado), a las específicas condiciones de uso que exige su ejercicio profesional.

Por otra parte, no es cierto que existan en la realidad del habla concreta unidades lingüísticas aisladas que funcionen como indicadores únicos y permanentes de género: una misma unidad lingüística puede ser utilizada por ambos géneros con iguales o distintos fines. De modo que no existen rasgos lingüísticos exclusivos de un sexo, sino más bien adecuados o inadecuados a una actividad, expectativa, acto de habla, estrategia u objetivos interactivos. Así pocos rasgos del lenguaje serían marcas directas y únicas de género:

“Lo que mejor define la práctica social que es el lenguaje es el hecho de dirigirse a alguien, en algún contexto, para algún propósito. Los rasgos sólo tienen valor si pueden ser ubicados en un contexto comunicativo, como indicadores de estrategias comunicativas que denotan la intencionalidad del hablante” (Bravo y Briz: 2004, 326)

Cada oficio establece su particular contexto de interacción en el que funcionan unas reglas particulares que no siempre coinciden con las reglas que rigen la comunicación fuera del trabajo. Es posible que en los primeros momentos en los que la mujer se incorporó a un nuevo entorno comunicativo como fue el laboral, se trasladasen los estereotipos de género asociados culturalmente a ella a su actuación profesional, resultando de ello una lectura que dejaba a la mujer en desventaja competencial con respecto al varón. Lecturas como ya he apuntado generalistas y acontextuales. Muchas profesionales ante tales crítica optaron por imitar el registro masculino, en un intento equivocado por parecer tan competentes como sus compañeros varones. Otro paso en la evolución buscó darle a la mujer un lugar diferente al hombre dentro del ámbito laboral, entonces se habló del estilo gerencial femenino o de cómo sacar partido en el mundo de la empresa a la “forma de ser de la mujer”. Pero esta visión sigue produciendo la división sexual del trabajo y asignándole a ellas labores que, en la mentalidad de los jefes varones, se adaptan mejor a su naturaleza femenina; es decir, la creencia de que ciertas características de la práctica profesional femenina son cualidades naturales de las mujeres más que habilidades técnicas y profesionales. La pediatra que trata con tacto y sensibilidad a una madre preocupada por la salud de su hija no debe ser considerada una profesional eficiente porque esa actuación o estilo de habla se le presume de forma innata en función de su género, sino porque es una buena trabajadora que sabe de forma consciente que su desempeño profesional, en esa concreta circunstancia, así lo exige. Cosa que no ocurriría si el pediatra sensible fuera un hombre; en ese caso se alabaría estrictamente su profesionalidad.

Estas ideas quedan en entredicho después de resumir las conclusiones obtenidas de la observación de tres casos concretos: la corredora de Bolsa no imita el estilo

comunicativo de sus compañeros varones para ser considerada competente, sencillamente habla como una corredora de Bolsa, utiliza los recursos que le proporciona el lenguaje para ser más eficiente en su desempeño profesional, sean estos recursos compatibles o no con el estereotipos de género. Si su lenguaje necesita ser directo, imperativo, rápido, descortés y sintético; ella deberá asimilar y utilizar ese registro mientras esté sentada en una mesa de contratación. La periodista del corazón pone al servicio de su labor profesional una serie de recursos lingüísticos (abundante adjetivación, interrogaciones retóricas, uso frecuente de las interjecciones, del énfasis...) e interactivos (evita hacer interrupciones, hace verbalmente explícita la escucha, procura el acercamiento físico...) considerados socialmente femeninos, pero que puestos al servicio (de forma consciente) de un objetivo profesional deben verse como habilidades técnicas, no como cualidades espontáneas. Por su parte, la abogada consciente de las reglas del ritual que acompaña a una situación profesional concreta “juicio oral”, activa toda una serie de recursos que le brinda el lenguaje (estándar y técnico), el canal oral (recursos prosódicos) y la modalidad argumentativa para conseguir ganar la causa a favor de su cliente sin detenerse a pensar si dichos recursos comunicativos la acercan o la alejan del estilo o registro que en teoría le corresponde por ser mujer.

Las mujeres debemos concebir el lenguaje que empleamos en el trabajo como una faceta más de una competencia técnica -equiparable al conocimiento enciclopédico de la materia, al correcto uso y comprensión de los tecnicismos o a la habilidad en el manejo operativo del oficio- que se pone al servicio de un objetivo fundamental: tener una actuación profesional eficiente. Es un lenguaje formalizado, consciente e intencionado; no es ni femenino ni masculino.

NOTAS

- [1] Mesa de contratación: Espacio físico donde se desarrolla la labor del corredor.
- [2] Las transcripciones de los registros profesionales se han hecho siguiendo el sistema del grupo Val. ES. CO. Antonio Briz y Grupo Val. Es. Co. (2002): “La transcripción de la lengua hablada: el sistema del Grupo Val. Es. Co, *Español Actual*, Nº 77-78, Madrid, Arco/Libros, pp.57-85.
- [3] Se desplaza la sílaba tónica de la sílaba “na” a la “ter”.

Bibliografía

- Briz, Antonio (2000): *¿Cómo se comenta un texto coloquial?*, Barcelona, Ariel (Practicum).
- (2002): “La transcripción de la lengua hablada: el sistema del Grupo Val. Es. Co, *Español Actual*, Nº 77-78, Madrid, Arco/Libros, pp.57-85.
- Bengoechea. Mercedes (2003): “La representación de la agencia femenina en las secciones políticas de cuatro diarios españoles”, *Estudios de Sociolingüística*, Universidad de Vigo, pp. 563- 588.

—(2003): “La comunicación femenina. Claves desde la perspectiva de género, para entender qué pasa cuando hablamos”. En número monográfico *las mujeres y el lenguaje* de la revista *Emakunde*, Septiembre 2003, Emakunde-Instituto vasco de la mujer, Presidencia del Gobierno Vasco, pp. 1-33.

Candace West, Michelle y Creéis Kramarae (2000): “El género en el discurso” en Van Dijk, Teun A. (Comp.): *El discurso como interacción social*, Barcelona, Gedisa (Lingüística/Análisis del discurso), pp.179-212.

Delgado Sánchez, Ana, Ana Távora Rivero y Teresa Ortiz Gómez (2003): “La médicas, sus prácticas y el dilema con la feminidad”, *Estudios de Sociolingüística*, Universidad de Vigo, pp. 563- 588.

García Mouton, Pilar (2003): *Así hablan las mujeres*, La esfera de los libros, Madrid.

Gray John (1996): *Los hombres son de marte, las mujeres de venus*, Atlántida Océano, México.

Holmes, Janet y Meredith Marra (2004): “Relational practice in the workplace: women’s talk or gendered discourse?” en *Language in society*, Volumen 33, Number 3, Cambridge: Cambridge University Press, pp. 317-468.

Lakoff, Robin (1995): *El lenguaje y el lugar de la mujer*, Hacer, Barcelona.

López García, Ángel y Ricardo Morant (1995): *Gramática femenina*, Cátedra, Madrid.

Lozano, Irene (1995): *Lenguaje femenino, lenguaje masculino. ¿Condiciona nuestro sexo la forma de hablar?*, Minerva Ediciones, Madrid.

Madfes, Irene (2004): “Autonomía y afiliación. El rol de los marcadores conversacionales como ‘índices’ de género”, en Bravo, Diana y Antonio Briz (eds.), (2004): *Pragmática sociocultural: estudios sobre el discurso de cortesía en español*, Ariel Lingüística, Barcelona, pp. 323-338.

Martín Rojo, L. y Aitana Garí (2002): “El obstáculo de ser mujer. Prácticas comunicativas en el trabajo”, *Quaderns de filologia. Estudis Lingüístics*, VII, pp. 129-143.

Merayo, Arturo (2001): *Curso práctico de técnicas de comunicación oral*, Tecnos, Madrid.

Pearson, Judy, Lynn H. Turner y W. Todd-Mancillas (1993): *Comunicación y género*, Barcelona, Paidós.

Sopeña-Balordi (2004): “Género y cortesía: una manifestación de confluencia”, en Bravo, Diana y Antonio Briz (eds.), (2004): *Pragmática sociocultural: estudios sobre el discurso de cortesía en español*, Ariel Lingüística, Barcelona, Pp. 303-320.

Tannen, Deborah (1990): *Tú no me entiendes. Por qué es tan difícil el diálogo hombre-mujer*, Madrid, Círculo de lectores.

—(1996): *Género y discurso*, Paidós, Barcelona.

—(1996): *La comunicación entre hombres y mujeres a la hora del trabajo*, Vergara, Buenos Aires.

Yépez Peñalver, Ana G., "Lo que necesitas es amor: dos estilos de moderar al servicio de un mismo objetivo", en J. Garrido Medina (ed.), *La lengua y los medios de comunicación*, Madrid, Universidad Complutense, I, 1999, págs. 513-525.

—(2002): *El lenguaje hablado en la Bolsa. Aproximación a la jerga bursátil*. Tesis doctoral Servicio de Publicaciones, UCM, Madrid.

© Ana Gisela Yépez Peñalver 2005

Espéculo. Revista de estudios literarios. Universidad Complutense de Madrid

2010 - Reservados todos los derechos

Permitido el uso sin fines comerciales

Súmesese como [voluntario](#) o [donante](#) , para promover el crecimiento y la difusión de la [Biblioteca Virtual Universal](#). www.biblioteca.org.ar

Si se advierte algún tipo de error, o desea realizar alguna sugerencia le solicitamos visite el siguiente [enlace](http://www.biblioteca.org.ar/comentario). www.biblioteca.org.ar/comentario