

GENEROLECTOS FEMENINO Y MASCULINO ENTRE EMPATÍA Y ASERTIVIDAD: UNA COMPARACIÓN BASADA EN CORPUS DE TED TALKS

MARIA ANNESE

UNIVERSIDAD "G. D'ANNUNZIO" DE CHIETI-PESCARA

mariaannese95@gmail.com

Citation: Annese, Maria (2023) "Generolectos femenino y masculino entre empatía y asertividad: una comparación basada en corpus de TED talks", *mediAzioni* 37: A100-A127, <https://doi.org/10.6092/issn.1974-4382/16598>, ISSN 1974-4382.

Abstract: This paper aims to investigate how empathy and assertiveness are expressed linguistically in two corpora (MUJERES y HOMBRES) of fifteen TED talks each, with a view to identifying whether the women in the sample adopt a more empathetic communicative style than men. The frequency and use of deictics, and a number of intensifiers and hedges will be analyzed starting from the comparison of key POS lists in the two corpora. The results of the study suggest a marked preference of the women in the sample for the use of affiliative, empathetic mechanisms, since they employ first person narratives associated with affective vocabulary, inclusive *nosotros*, question tags and verbs in the second person plural more often (although for the same purposes) than men.

Keywords: empathy, assertiveness, affiliation, genderlect, intensifiers, deictics, hedges, corpus linguistics, TED talks.

1. Introducción

En el presente estudio analizaremos dos corpus de transcripciones de charlas TED en lengua española (MUJERES y HOMBRES) al fin de averiguar si el discurso de las mujeres se presenta como más empático y menos asertivo que el de los hombres.

El trabajo se enmarca en el ámbito de los estudios sobre Lengua y Género inaugurados por Lakoff (1973) y se desarrolla en torno al concepto de discurso público (Fuentes Rodríguez 2016, 2018; Polletta y Chen 2013; Calero Fernández 2023; Mapelli y Piccioni 2023) para realizar una comparación basada en corpus del discurso de las mujeres y de los hombres, con el objetivo de rastrear los elementos lingüísticos potencialmente identificables como palabras o categorías lingüísticas clave dentro de los generolectos femenino y masculino.

En particular, nos centraremos en aquellas categorías de palabras y campos semánticos que han sido identificados en la literatura como característicos del habla de cada sexo, con el objetivo de justificarlos dentro de la concepción de que mujeres y hombres adoptan estilos comunicativos o generolectos diferentes no sólo en el lenguaje cotidiano, sino también en el lenguaje público, debido a diferentes formas de expresar su identidad, como han evidenciado estudios previos (Tannen 1990, 1996; Brenes Peña, 2021).

El objetivo principal es averiguar si la hipótesis sobre la existencia de dos generolectos algo distintos es válida o no; más detalladamente, trataremos de entender, a partir del análisis de las palabras clave, si las mujeres emplean un discurso más empático y cooperativo (García Mouton 2000; Bengoechea 2015; Lozano Domingo 2005; Mapelli y Piccioni 2023) que los hombres, que generalmente se considera que adoptan un discurso más asertivo, sobre todo en el ámbito público.

Para hacerlo, nos centraremos en el empleo de los deícticos, sobre todo personales (Mapelli y Piccioni 2019, 2023), de los intensificadores (Briz 2001, 2017) y de algunos atenuadores (Albelda Marco 2018; Cestero Mancera y Albelda Marco 2012, 2020).

En los siguientes apartados, tras exponer el marco teórico del estudio (§2), nos centraremos en el análisis de los dos corpus de TED Talks (MUJERES y HOMBRES) (§3) con el propósito de rastrear y motivar la presencia de palabras y categorías clave distintas en el discurso femenino frente al masculino (§4).

2. Marco teórico

El presente artículo se enmarca en el campo de estudios sobre Lengua y Género (véase Lakoff 1975, Tannen 1996, Eckert y Ginet 2003, Coates 2004, entre otros estudios) y trata de averiguar si, en el discurso público, el generolecto de las mujeres se presenta como más empático y menos asertivo que el de los hombres.

El término generolecto fue definido en la década de los '70 por Kramer (1973: 2) como un sistema de señales lingüísticas co-ocurrentes, vinculadas al sexo. Desde entonces, se han realizado una serie de estudios hasta la actualidad para identificar los rasgos lingüísticos potencialmente típicos de los dos sexos.

Ha habido cuatro enfoques principales dentro del campo de los estudios de Lengua y Género, tal y como los define Coates (2004): el enfoque del déficit, que se basa en la idea de la inferioridad lingüística de las mujeres; el enfoque de la dominación, que pretende vincular la situación de subalternidad vivida por las mujeres al estudio del lenguaje (Lakoff 1975); el enfoque de la diferencia, que hace hincapié en las diferentes pautas de socialización de hombres y mujeres, de las que se derivarían sus diferencias lingüísticas que no representarían un obstáculo sino un valor (Lozano Domingo 2005); el enfoque dinámico, el más reciente, cuyo objetivo es justificar las diferencias lingüísticas entre hombres y mujeres a la luz de una visión socioconstructivista que moderniza los conceptos de generolecto dentro del modelo dual de las comunidades de práctica (Eckert y McConnell-Ginet 1992: 95; Eckert y McConnell-Ginet 1999: 186) y de la performatividad o construcción del género a través del lenguaje (West y Zimmerman 1987; Butler 2013; Serrano Montesinos 2008; Motschenbacher 2007; Castellanos Llanos 2016).

En este panorama, algunos estudios se han ocupado de investigar las diferencias entre hombres y mujeres en el discurso cotidiano e informal (Lozano Domingo 2005; Cestero Mancera 2007; Acuña Ferreira 2009), mientras que otros se han centrado en el análisis del discurso público en varios contextos (Fuentes Rodríguez 2016, 2018; Polletta y Chen 2013; Calero Fernández 2023; Mapelli y Piccioni 2023). El presente estudio se sitúa en la segunda de estas dos dimensiones, ya que analiza algunos detalles lingüísticos rastreables en una selección de charlas Ted en español empleando el enfoque dinámico y el enfoque de la diferencia.

En efecto, las charlas TED son un género híbrido, cercano a la lección académica (Mestre-Mestre y Pérez Cabello del Alba 2022; Caliendo y Compagnone 2014) pero dotado de especificidades que lo convierten en un género emergente, a caballo entre la educación y el entretenimiento (Ludewig 2017). Las charlas TED se configuran como un excelente ejemplo de lenguaje oral monológico y como una fuente de información y divulgación inmediata y moderna, en la que expertos y semi-expertos intervienen para dar a conocer un tema de forma cautivadora, a través de un lenguaje personal, a menudo enfático, sencillo, pero no exento de términos técnicos, y del recurso a la narración de experiencias personales que sirven de ejemplo para respaldar su tesis.

Al igual que el discurso político, los discursos de las conferencias TED se caracterizan por estrategias de persuasión y de implicación de la audiencia, como el uso del nosotros inclusivo y el relato de anécdotas personales para apoyar la tesis y el discurso de cada orador y generar reacciones en la audiencia (Mestre-Mestre y Pérez Cabello del Alba 2022).

Para nuestro análisis, de hecho, podríamos establecer un paralelismo entre el lenguaje de las charlas TED y el lenguaje político (Fuentes Rodríguez 2016, 2018): en ambos casos el concepto de rol social tiene una importancia fundamental (Goffman 1967) y el lenguaje asume la función estratégica de persuasión al tratarse de un discurso público, en cual quien habla pretende construir para sí una imagen social que le distinga de la masa y consiga, en el limitado tiempo que se le asigna, impresionar al público. Adoptamos el análisis de los elementos que Fuentes Rodríguez (2018: 35-36) atribuye al discurso

parlamentario, ya que coinciden casi perfectamente con el objeto de nuestro estudio:

1) Es un discurso mediático y, como tal, la cortesía verbal y la descortesía se alternan (Brown y Levinson 1987);

2) Tiene relevancia desde un punto de vista profesional y social;

3) Tiene un componente ideológico;

4) Puede provocar acciones sociales, ya que sensibiliza al público sobre diversos temas como, por ejemplo, la polución dentro de la temática "medio ambiente" (§3.1);

5) Privilegia la identidad grupal sobre la individual, ya que los conferenciantes pretenden establecer un contacto directo con el público, para involucrarlo con el fin de transmitir más eficazmente su mensaje, disponiendo de poco tiempo.

Consecuentemente, tanto los políticos como los conferenciantes recurren a un lenguaje en el que se mezclan varias estrategias potenciadoras de los argumentos: intensificadores, atenuadores, léxico coloquial, pausas y entonaciones que permitan transmitir eficazmente su mensaje (Fuentes Rodríguez 2018: 17).

A la luz de estas características, procederemos al análisis de tres categorías principales de palabras: deícticos personales, algunos intensificadores y atenuadores. Estas categorías se seleccionaron para relacionarlas con los dos estilos comunicativos denominados "rapport talk" vs. "report talk" (Tannen 1994), conceptos paralelos a la distinción entre afiliación y autonomía (Bravo 1999). Según lo evidenciado en Fuentes Rodríguez y Brenes Peña (2014), las mujeres emplearían el estilo comunicativo del rapport talk, promoviendo mecanismos de afiliación o empatía con su interlocutor, dirigidos a enfatizar la pertenencia al mismo grupo. Por el contrario, los hombres serían partidarios de report talk, asegurándose una posición de autonomía con respecto a su interlocutor, hablando con más asertividad.

El análisis de los deícticos, intensificadores y atenuadores bien puede describir este tema: por ejemplo, estudios sobre apéndices confirmativos como el de Cestero Mancera (2019) muestran resultados muy interesantes que desmontarían hipótesis consolidadas relacionadas con la lengua y el género, es decir, el hecho de que, contrariamente a estudios anteriores (Santana 2017), los apéndices confirmativos serían recursos propios del habla masculina.

3. El corpus de estudio: las palabras clave

Con el fin de comparar el lenguaje de hombres y mujeres, hemos creado dos corpus: uno de conferencias dadas por hombres (HOMBRES) y uno de conferencias dadas por mujeres (MUJERES). Cada corpus consta de 15 textos relacionados con 5 temas (3 conferencias por cada tema): medio ambiente, lengua y comunicación, educación, motivación, ciencia y tecnologías. Son fragmentos seleccionados de las conferencias TED y TEDx celebradas desde 2014 hasta 2020 en diferentes países hispanohablantes. Para mayor comparabilidad, dentro de cada uno de los 5 ámbitos temáticos hemos tratado de identificar

parejas de monólogos que abarcaran –en la medida de lo posible– contenidos parecidos en los dos corpus: por citar solo un ejemplo, la charla titulada *Cómo nos manipulan las redes sociales* en HOMBRES, en MUJERES corresponde a *Redes sociales: una ventana a la realidad*, que, dentro del ámbito "Ciencia y tecnología", presenta casi la misma temática que la primera.

Cada charla tiene una duración que varía entre los 12 y los 18 minutos, lo que supone un total de 7 horas y 28 minutos de conferencias transcritas; cada corpus está relacionado con charlas que suman 3 horas y 44 minutos, por lo que hemos obtenido un equilibrio entre la muestra masculina y la femenina. Sin embargo, MUJERES presenta un número levemente mayor de palabras, unas 30.500 frente a las 29.500 de HOMBRES¹: nos parece una diferencia poco significativa si tenemos en cuenta que, en un abanico de entre 1.500 y 2.400 palabras por monólogo, ambos corpus presentan un promedio de unas 2.000 palabras por texto (2.048 de media femenina, 1981 de media masculina).

En cuanto a la recopilación de los textos, se siguieron varios caminos: solo unas pocas charlas presentaban la transcripción en la web oficial de TED, mientras que para las restantes se utilizaron las transcripciones ya revisadas e insertadas como subtítulos en YouTube, o subtítulos generados automáticamente que fueron corregidos, revisados, editados y dotados de la puntuación adecuada.

La muestra de las charlas se caracteriza por la presencia de un grupo de conferenciantes muy heterogéneo, ya que cuenta con la presencia de oradores procedentes de distintos sectores y países hispanohablantes, como se puede apreciar en las Tablas 1 y 2, que recogen la información principal relativa a los dos corpus, con una indicación de los nombres de los conferenciantes y de los temas que trataron: cabe señalar cierto predominio de variedades americanas, sobre todo argentinas y mexicanas.

Tabla 1. Contenido del corpus HOMBRES

CORPUS HOMBRES					
TEMÁTICA	AUTOR	TÍTULO	EVENTO	MIN	PALABRAS
Medio Ambiente	Enric Sala	<i>Por qué necesitamos proteger el alta mar</i>	TED en español en NYC (2018)	12:43	1791
	Rodrigo Arnaud	<i>Responsabilidad ambiental – una decisión personal</i>	TEDxITAM (2014)	14:38	2248
	Manuel Arias	<i>Plásticos: desde el océano al espacio</i>	TEDxUPValencia (2019)	12:22	1721
Lengua y comunicación	Emiliano Salas	<i>Lenguaje corporal</i>	TEDxAvDivDelNorte (2015)	18:31	2422
	Jousin Palafox	<i>Dime cómo hablas y te diré quién eres</i>	TEDxTijuana (2017)	13:06	1879

¹ Más específicamente, encontramos 35.735 *tokens* en MUJERES y 34.568 en HOMBRES.

	Ricardo Mitrani	<i>Comunicación... El arte de crear momentos</i>	TEDxColegioHebreoTarbut (2015)	17:53	2331
Educación	Oscar Ghillione	<i>Profesores que dejan marca</i>	TEDxRíodelaPlataEd (2015)	14:09	1894
	Lucas Gortazar	<i>¿Aprobar o aprender?</i>	TEDxUDEusto (2018)	16:41	2117
	Gustavo de Elorza	<i>Actualicemos el concepto de Educación y reiniciemos la escuela</i>	TEDxMarDelPlata (2014)	15:25	1820
Motivación	Lucas Raspall	<i>Tu mente: el editor oculto del cuento de tu vida</i>	TEDxRosario (2017)	12:57	1642
	Daniel Molina	<i>La verdad es mentira</i>	TedxRíodelaPlata (2015)	16:01	2148
	Toni Nadal	<i>El valor del esfuerzo</i>	TedxMalagueta (2018)	18:00	2353
Ciencia y tecnología	Santiago Bilinkis	<i>Cómo nos manipulan en las redes sociales</i>	TedxRíodelaPlata (2019)	17:51	1898
	César Sobrero	<i>La ciencia que te rodea y que no ves</i>	TEDxCONICETRosario (2017)	12:19	1787
	Mario Roset	<i>Tecnología para el cambio social</i>	TEDxCórdoba (2017)	11:37	1666

Tabla 2. Contenido del corpus MUJERES

CORPUS MUJERES					
TEMÁTICA	AUTOR	TÍTULO	EVENTO	MIN	PALABRAS
Medio Ambiente	Alicia Ville	<i>Cómo limpiar los océanos usando boyas que filtren microplásticos</i>	TEDxUPValencia (2020)	11:19	1502
	Georgina Ferro	<i>Cuidemos nuestro planeta</i>	TEDxYouth@Funes (2018)	16:29	2275
	Chantal Chalita	<i>Cómo ser ambientalista: imperfecto pero activo</i>	TEDxUDLAP (2019)	14:06	2064
Lengua y comunicación	Paula Salerno	<i>¿Cómo las palabras pueden transformar el mundo?</i>	TEDxCONICETRosario(2017)	15:23	2247
	Ivana Sánchez	<i>Dime qué idioma hablas y te diré quién eres</i>	TEDxYouth@BosquesDeLasLomas (2015)	16:16	1928

	Sonia El Hakim	<i>Comunicación no verbal: que no te quiten el sitio</i>	TEDxRuzafa (2020)	16:22	2428
Educación	Diana Arocha	<i>Re-educar: el lugar del profesor</i>	TEDxGarzaGarcía (2015)	14:34	2064
	Inés Aguerro	<i>¿Por qué innovar en educación?</i>	TEDxPuraVidaED (2017)	14:51	1756
	Isabel Fernández	<i>Encuentra la x: creatividad y el rol del profesor</i>	TEDxUniversidad EuropeaMadrid (2016)	13:28	2031
Motivación	Rebeca Hwang	<i>El valor de nuestra diversidad interna</i>	Ted en español en NYC (2018)	12:14	1633
	Carla Souza	<i>Dulces son los frutos de la adversidad</i>	TEDxCalzadaDeLosHéroes (2015)	18:34	2436
	Andrea Vilallonga	<i>¿Por qué nos cuesta mirarnos al espejo?</i>	TEDxTarragona (2017)	16:41	2326
Ciencia y tecnología	Ileana Casas Schiaffino	<i>Redes sociales: una ventana a la realidad</i>	TEDxAvDivDelNorte (2015)	14:05	2291
	Victoria Flexer	<i>Ciencia y tecnología de vanguardia en la periferia</i>	TEDxRíodelaPlata (2018)	16:55	1908
	Lina Riego	<i>¿Por qué dedicarse a la ciencia?</i>	TEDxTangamanga (2017)	13:21	1831

Una vez recopilados y transcritos, los dos corpus se interrogaron con la plataforma de análisis de corpus en línea Sketch Engine (Kilgarriff et al. 2014).

4. Análisis de las keywords PoS: método y resultados

En esta sección, nos ocuparemos del análisis de las POS tags, que pueden definirse como “labels used to indicate the part of speech and sometimes also other grammatical categories (case, tense etc.) of each token in a text corpus”, según se indica en el sitio web de SketchEngine (<https://www.sketchengine.eu/tagsets/>). Se trata de etiquetas que resumen las características gramaticales que Sketch Engine atribuye a los tokens identificados (Rojo 2021: 106). A partir de estas definiciones, explotaremos el concepto de "keyness", identificable como la frecuencia de aparición de una palabra en el texto en comparación con su frecuencia en un corpus de referencia (Pontrandolfo y Piccioni 2022: 141). Implementaremos, por lo tanto, un análisis de key-PoS, o sea, de etiquetas que identifican partes del discurso clave (Pontrandolfo y Piccioni 2022: 142) de HOMBRES utilizando MUJERES como corpus de referencia, y viceversa, con el fin de identificar las categorías morfosintácticas

que presentan mayor asociación estadística con cada corpus en comparación con el corpus de referencia y así rastrear las tendencias lingüísticas por lo que atañe al uso de las diferentes partes del discurso y de las demás categorías gramaticales. Llevaremos a cabo esta operación libres de cualquier prejuicio generolectal: nos dejaremos guiar por los datos, a través de un análisis *corpus-driven* (McEnery *et al.* 2006), para llegar a conclusiones sobre los mismos que confirmen o no nuestras hipótesis sobre el lenguaje femenino y masculino; en detalle, pretendemos básicamente definir si y hasta qué punto el generolecto femenino puede definirse como más cooperativo que el masculino en un contexto semiformal como el de las charlas TED, en el que se establecen ciertos mecanismos que pueden vincularse al rol social del conferenciante, como se ha visto en §2.

Después de extraer la lista completa de key-PoS, nos centraremos en los 100 primeros de cada corpus de enfoque, con el fin de destacar las diferencias más evidentes y estadísticamente significativas. A continuación, presentamos las primeras 20 key-PoS, es decir, las categorías morfosintácticas más relevantes de cada corpus en comparación con el otro, que se utiliza como corpus de referencia (Tabla 3). En el apéndice figura la lista de las 100 principales key-PoS, algunas de las cuales se comentarán en las páginas siguientes.

Tabla 3. Las primeras 20 key-PoS de los dos corpus

MUJERES	HOMBRES
VMM02P0_Imperativo (2 [^] persona plural)	PTOMS00_"cuánto"
AO0FP00_"PRIMERAS"	DT0FS0_"cuánta"
VASP2P0_"hayáis"	DTOMP0_"cuántos"
DP2FSP_"vuestra"	APOMP1S_"míos"
NCFP00V_Diminutivos en -itas	NPCP000_Nombres propios
PR0MS00_"cuanto"	NPFP00V_Nombres propios
VAIF2P0_"habréis"	VAIF1S0_"habré/estaré"
Fra_Apertura de comillas angulares	APOMS2S_"tuyo"
Frc_Cierre de comillas angulares	VMIC2S0_Condicional simple (2 [^] persona singular)
VSM02S0_"sé"	APOFS1P_"nuestra" (pronombre)
AQSMP00_Superlativos en -ísimos	VAIC1S0_"habría"
NPFS00V_Nombres propios	VMSP1S0_"desborde"
APOFP1P_"nuestras"	DT0CP0_"cuáles"
VAIS1P0_"estuvimos"	NPMS00V_Nombres propios
AQVMS00_Diminutivos en -ito	PROFS00_"cuya"
VSM01P0_"Seamos"	DD0CP0_"tales"
PP2FP00_"vosotras"	AQVFS00_"solita"
VAIC1P0_"estaríamos"	PD0CP00_"tales"
APOFS2P_"vuestra"	VASP2S0_"estés"
VMII2P0_"estabais"	VAIS1S0_"estuve"

Los primeros 20 *items* nos proporcionan datos interesantes: en el corpus femenino se rastrea una fuerte presencia de verbos, pronombres y adjetivos posesivos de primera y segunda persona del plural, con la clara intención de atraer a la audiencia de las conferencias TED. En cambio, en el corpus masculino, limitándonos a este conjunto de *tags*, detectamos la presencia de verbos y otras palabras que se refieren a la primera y segunda persona del singular, con la única excepción de *nuestra*. En los siguientes apartados, analizaremos con más detalle la deixis personal de primera y segunda persona que caracteriza a los dos corpus.

Por otro lado, parece interesante la presencia, en HOMBRES, de pronombres interrogativos en las primeras posiciones: la presencia de preguntas dirigidas al público puede identificarse como otra estrategia para establecer una conexión, una cooperación con el público. Sin embargo, analizando las ocurrencias con más detalle, nos damos cuenta de que de los 11 ítems rastreados por la plataforma entre *cuánto*, *cuánta* y *cuántos*, hasta 4 pertenecen a un solo texto (*La verdad es mentira* de Daniel Molina) en el que el autor/conferenciante hace una serie de preguntas al público, reiterando el pronombre interrogativo de varias formas y otorgando un alto nivel de énfasis a su discurso, como es visible en el siguiente ejemplo:

(1) HOMBRES

Miren toda la energía creativa que se perdió la humanidad por pensar de la manera de que las mujeres no servían para nada más que para limpiar pañales. ¿**Cuánto** se perdió la humanidad? ¿**Cuántos** remedios? ¿**Cuánta** inteligencia? ¿**Cuánta** creatividad? Las ideas erróneas son monstruosas.

La presencia del pronombre interrogativo *cuánt-* sería calificable como un rasgo idiolectal y no sería, por tanto, un elemento adscribible al generolecto convencionalmente asociado al hablante.

Otro elemento de interés, si se considera la lista completa de las key-PoS, es la presencia de cuantificadores (ej. “tanto”, “mucho”), intensificadores (ej. “bueno”) y atenuadores (ej. apéndices confirmativos como “¿sí?”). Son interesantes porque, como señala Briz (2001: 163), se trata de importantes categorías pragmáticas con las que el hablante intenta influir de un modo persuasivo en el interlocutor, con el fin de “ganar el juego conversacional”.

En los siguientes apartados, a partir de estas observaciones preliminares, profundizaremos más en las key-PoS, centrándonos en las formas deícticas de primera y segunda persona del plural y algunos elementos de atenuación e intensificación, en una perspectiva dual, es decir, considerando tanto el género de los conferenciantes como su posición social como expertos y semiexpertos.

4.1. Las formas deícticas de primera persona

En cuanto a la primera persona del singular, en general podemos afirmar que, a partir del análisis de la frecuencia de las formas verbales, adjetivales y pronominales a través de la función Concordance de Sketch Engine, se observa una mayor presencia de estas en MUJERES en comparación con HOMBRES (917

formas en MUJERES frente a 861 en HOMBRES)², con un predominio de los adjetivos y pronombres posesivos (151 ocurrencias en MUJERES frente a 102 en HOMBRES).

Como ejemplo destacado, analizaremos en particular las listas de colocados de los adjetivos posesivos *mi* y *mis*, que son más frecuentes en MUJERES (según muestra la lista de las primeras 100 key-POS), con el fin de rastrear posibles diferencias léxicas entre los dos corpus y justificar el predominio de estos adjetivos en el corpus femenino, con la hipótesis de que esta tendencia puede atribuirse al mayor protagonismo otorgado a las experiencias personales y familiares en los discursos de las conferenciantes.

A continuación, se presentan las listas de colocaciones de *mi* y *mis*: se han tenido en cuenta para el estudio las colocaciones de izquierda y derecha, de -2 a +2, considerando en particular aquellas colocaciones que aparecen más de 5 veces en cada corpus y más de 3 veces en el contexto de *mi* y *mis*.

Tabla 4. Colocaciones de “mi” y “mis” en MUJERES

Collocate	Freq	Coll. freq.	T-score	MI	logDice
Papá	8	8	2,8158	7,8031	10,6077
Vida	10	52	3,0887	5,4246	10,594
Mamá	7	9	2,6305	7,4406	10,4065
Familia	7	11	2,6271	7,1511	10,3895
hijo	5	10	2,216	6,8031	9,91254
.	41	1296	5,4969	2,8208	9,84976
y	24	729	4,2327	2,8783	9,78892
me	10	219	2,8522	3,3503	9,75587
abuela	4	6	1,9866	7,2182	9,62496
amigos	4	9	1,9799	6,6332	9,59912
a	21	730	3,8693	2,6837	9,59466
identidad	4	15	1,9664	5,8962	9,54879
de	32	1351	4,5875	2,4033	9,43871
con	8	256	2,4232	2,8031	9,29956
,	45	2205	5,2365	2,1884	9,28423
padres	3	7	1,714	6,5807	9,20126
motivo	3	8	1,7114	6,3881	9,19265
10	3	10	1,7062	6,0662	9,17557
estaba	3	22	1,6752	4,9287	9,07717
en	14	722	2,8777	2,1146	9,02272
pero	4	112	1,7493	2,9958	8,91254
años	3	65	1,564	3,3657	8,77118
?	6	292	1,9158	2,1983	8,76478
ya	3	68	1,5563	3,3006	8,75207
es	7	471	1,8487	1,7309	8,50586

² 25.661,12 casos por millón en MUJERES y 24.907,43 en HOMBRES.

que	17	1542	2,4486	1,3	8,35445
no	6	486	1,5611	1,4633	8,24957
para	3	223	1,1556	1,5872	8,00376
"	3	317	0,9126	1,0798	7,68712

Tabla 5. Colocaciones de “mi” y “mis” en HOMBRES

Collocate	Freq	Coll. freq.	T-score	MI	logDice
sobrino	5	6	2,2289	8,275	10,6926
cuento	4	21	1,9718	6,1457	10,1671
amigo	3	5	1,7243	7,801	9,97025
mujer	3	11	1,715	6,6635	9,88452
casa	3	15	1,7088	6,2161	9,83007
ahí	3	30	1,6855	5,2161	9,64245
vida	3	40	1,6699	4,801	9,52968
.	27	1433	4,4542	2,8081	9,17935
y	13	650	3,1205	2,8941	9,16322
a	14	711	3,2304	2,8716	9,1563
como	4	145	1,805	3,3581	9,10518
en	12	693	2,9259	2,6862	8,96658
de	19	1300	3,5565	2,4416	8,80395
con	4	222	1,7014	2,7436	8,70079
,	28	2115	4,2162	2,2989	8,69883
:	3	175	1,4602	2,6717	8,51887
Y	3	176	1,4587	2,6635	8,5135
es	3	406	1,1014	1,4576	7,62207
que	7	1364	1,2588	0,9317	7,29857

El análisis de las colocaciones revela que tanto los hombres como las mujeres utilizan narraciones personales referidas al entorno familiar, pero las mujeres lo hacen con mayor frecuencia y variedad léxica, empleando términos más coloquiales con los que pretenden robustecer su tesis y hacer más eficaz su mensaje, transmitiendo parte de su esencia, de su individualidad, a la audiencia, estrategia que se ha demostrado muy eficaz para transmitir mensajes de una forma más comprensible (Bullock *et al.* 2021). De hecho, el grado de intimidad de los colocados en las primeras posiciones es diferente en los dos corpus: si en el corpus masculino en las primeras posiciones encontramos *sobrino*, *cuento*, *amigo*, *mujer* y *casa*, en el corpus femenino aparecen términos bastante diferentes, como *papá*, *vida*, *mamá*, *familia* e *hijo*. Según el diccionario de la Real Academia Española, palabras como "mamá" y "papá" parecen pertenecer al lenguaje coloquial e incluso infantilizado (Bengoechea 2015), característica no presente en el conjunto de palabras del corpus masculino.

Sin embargo, si se analizan más detenidamente las concordancias de *mi* y *mis*, se observa que, aunque en MUJERES son formas más frecuentes, los oradores

de HOMBRES también utilizan el relato de experiencias personales para retener a la audiencia, como muestran los siguientes ejemplos:

(2) HOMBRES

Con **mi** mujer muchas veces jugamos a imaginar, a adivinar cómo van a ser cuando ellos sean más grandes.

(3) MUJERES

Por fin las puertas se abrieron, y **mi** mamá dijo: "No sobrevivió a la operación".

(4) HOMBRES

Mi mujer, que fue la que me arrastró a las limpiezas de playas, me dijo un día: "bueno, y tú que eres tan listo y trabajas con satélites, ¿no puedes hacer nada al respecto?" Bueno, yo personalmente pienso que **mi** mujer tiene demasiada fe en mis capacidades, pero su pregunta despertó **mi** curiosidad.

(5) MUJERES

De hecho, me inspiré de una historia de **mi** abuelita. **Mi** abuelita nunca aprendió el español, pero era muy independiente y se manejaba muy sola y caminaba por todos lados en las calles de Buenos Aires, incluso en las zonas más peligrosas.

Al analizar la frecuencia de aparición de los adjetivos posesivos que figuran en la tabla, surgen las consideraciones siguientes: los hombres y las mujeres emplean estas estrategias con frecuencias diferentes; de hecho, parece que las mujeres de la muestra analizada son más proclives a hablar de su vida personal y familiar que los hombres, estando presente en el corpus MUJERES una mayor cantidad de adjetivos posesivos y una mayor variedad léxica en los términos relacionados con la vida familiar y privada que en el corpus HOMBRES. A pesar del papel público desempeñado por los conferenciantes, a menudo recurren a anécdotas tomadas de su vida cotidiana, para fidelizar a la audiencia (Mapelli y Piccioni 2023) y hacer su presentación más agradable y menos rígida.

Por lo que se refiere a las formas deícticas de la primera persona plural, cabe señalar que, mientras que las formas verbales son más numerosas en HOMBRES (654 frente a 616 en MUJERES)³, la situación es diametralmente opuesta en lo que se refiere a los deícticos personales pronominales y adjetivales (356 en MUJERES frente a 293 en HOMBRES)⁴. Estos datos sugerirían una nueva diferencia entre hombres y mujeres en el uso de estrategias de inclusión de la audiencia, pero requerirían un análisis más amplio y profundo.

Otro aspecto que se ha considerado es la naturaleza exclusiva o inclusiva del *nosotros* en los dos corpus. Analizando 100 concordancias aleatorias de *nos*, *nosotr** y *nuestr** en HOMBRES y MUJERES, se ha utilizado la función *annotations*

³ 17.238 casos por millón en MUJERES y 18.919,23 en HOMBRES.

⁴ 9,962.22 casos por millón en MUJERES y 8,476.05 en HOMBRES.

de SketchEngine para clasificar los casos de *nosotros* inclusivo y exclusivo, creando las siguientes cuatro etiquetas:

- INCL-HUM: uso inclusivo de *nosotros* referido a todo el género humano (*¿Y cuáles son las repercusiones que tiene este plástico en **nuestra** salud?, MUJERES*);
- INCL-AUD: uso inclusivo de *nosotros* referido a la audiencia y al conferenciante, a la sociedad a la que pertenecen o al contexto comunicativo concreto en el que se desarrolla la charla (*Todos hemos tenido quizá algún maestro que en algún momento de la vida **nos** atrevimos a contradecirlo o le hicimos una pregunta que no pudo contestar, y nos odió por el resto del semestre, HOMBRES*);
- EXCL-GEN: uso exclusivo de *nosotros* referido al propio conferenciante, en particular a su género, orientación sexual, generación u otras características que lo identifiquen como distinto del público (*Éramos inmigrantes en una nueva tierra, en donde lo habíamos perdido todo a través de una estafa y habíamos trabajado muy duro para poder rehacer **nuestras** vidas, MUJERES*);
- EXCL-PROF: uso exclusivo de *nosotros* referido a la comunidad científica y/o profesional a la que pertenece el conferenciante (*[...] y además **nosotros** como profesores y educadores tendríamos que darnos cuenta que los móviles son las nuevas neuronas digitales que nos permiten conectarnos a este gran cerebro que es internet [...]. HOMBRES*).

Gráfico 1. Empleo de *nos*, *nosotr** y *nuestr** en MUJERES

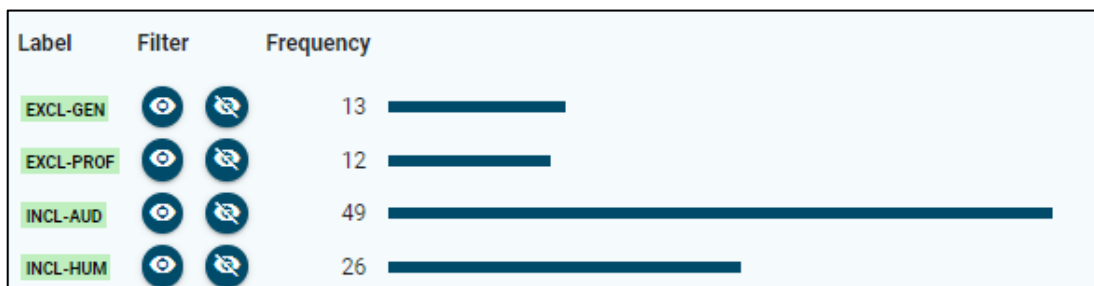
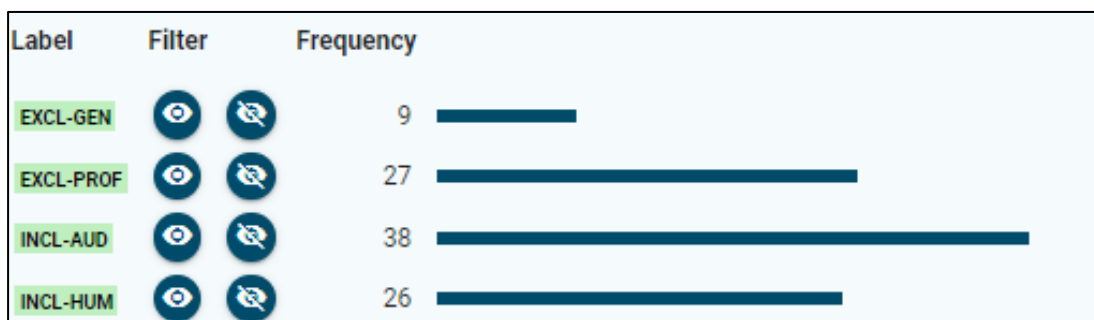


Gráfico 2. Empleo de *nos*, *nosotr** y *nuestr** en HOMBRES



De la observación de los gráficos de anotación del corpus surgen varias consideraciones relevantes: tanto los hombres como las mujeres de la muestra

analizada tienden en general a la inclusión de la audiencia en su discurso (respectivamente 38 y 25 usos exclusivos de *nosotr**, *nos* y *nuestr** frente a 64 y 75 usos inclusivos); en MUJERES se atestigua una mayor frecuencia total de usos inclusivos de *nosotr**, *nos* y *nuestr**; no hay diferencias sustanciales entre los dos corpus en la frecuencia de las etiquetas EXCL-GEN e INCL-HUM; las discrepancias más destacadas se constatan en el uso de EXCL-PROF e INCL-AUD.

Parece que las mujeres de la muestra analizada incluyen al público con más frecuencia que sus homólogos masculinos y, al mismo tiempo, en MUJERES hay una menor exclusión del público destinada a destacar el grupo profesional al que pertenece la conferenciante. Una vez más, nos encontramos con una diferencia cuantitativa que confirmaría la hipótesis de que las mujeres serían más cooperativas y empáticas que los hombres, y que no se autorrepresentan frecuentemente como miembros de un grupo profesional, al contrario de los hombres de la muestra, como se desprende de los siguientes ejemplos:

(6) HOMBRES

Ahora bien, lo que **nosotros** (EXCL-PROF) realmente queríamos saber era si sentinel 2 podría proporcionar información adecuada para detectar la presencia de plásticos en el agua. Las características del instrumento nos hacían pensar que así era, pero teníamos que demostrarlo con información contrastada.

(7) HOMBRES

Porque los teléfonos celulares o los móviles, son las nuevas prótesis digitales bien reflejadas en los consumos culturales de estos adolescentes y además **nosotros** (EXCL-PROF) como profesores y educadores tendríamos que darnos cuenta que los móviles son las nuevas neuronas digitales que nos permiten conectarnos a este gran cerebro que es internet, que nos permiten acceder a la inteligencia colectiva mundial de este planeta y a un clic de distancia.

4.2. Las formas deícticas de segunda persona

Continuando con el análisis de las formas deícticas, pasamos a las de segunda persona para trazar más diferencias potenciales entre los dos corpus en cuanto al uso de estrategias de implicación de la audiencia, o sea de afiliación. Si en HOMBRES se detectaron más tags relacionados con la segunda persona del singular (308 ocurrencias frente a 291 en el corpus femenino), en MUJERES detectamos muchos más tags relacionados con la segunda persona del plural que en HOMBRES (152 ocurrencias en MUJERES frente a sólo 47 en HOMBRES).

Como ejemplo destacado, analizaremos a continuación las ocurrencias relacionadas con la segunda persona (singular y plural) del imperativo en HOMBRES y en MUJERES: este modo verbal constituye un interesante medio de implicación de la audiencia que, sin embargo, podría resultar descortés como afirma Lozano Domingo, ya que las órdenes "al limitar la libertad de acción de la persona que los recibe, pueden suponer una amenaza para su imagen pública" (2005: 201), según la teoría de la cortesía de Brown y Levinson (1987).

Antes de iniciar el análisis, es interesante señalar que, como se puede apreciar en la Tabla 6, en MUJERES hay 10 casos de imperativo en segunda persona del plural, una forma que está ausente en HOMBRES: este hecho, sumado al recuento de las formas del imperativo en segunda persona del singular, hace que haya 48 ocurrencias en MUJERES y 42 en HOMBRES, una diferencia no especialmente marcada; por lo tanto, en este caso no pretendemos identificar diferencias cuantitativas, sino posibles diferencias cualitativas en las formas de uso de este modo verbal.

Tabla 6. Ocurrencias de los imperativos en los corpus

	MUJERES	HOMBRES
IMPERATIVOS 2PS	48	42
IMPERATIVOS 2PP	10	0

En los siguientes gráficos en los que se recogen las formas de uso del imperativo en los corpus, observamos que la función que desempeñan los imperativos es la misma, a saber, la de marcador discursivo conversacional dirigido a la inclusión del público, para restablecer la atención de los oyentes en el tema; es interesante señalar que las primeras posiciones están ocupadas por los mismos verbos en HOMBRES y MUJERES. Sin embargo, si en HOMBRES predomina el verbo *decir* con 8 ocurrencias totales (19,05%), seis de las cuales se identificarían como rasgo idiolectal ya que se hallan en una única charla (*Dime cómo hablas y te diré quién eres* de Jousin Palafox), en MUJERES encontramos una situación bastante diferente. De hecho, el 40% de los imperativos en la segunda persona del singular está formado por el verbo *mirar*, como se puede apreciar en el gráfico siguiente.

Gráfico 3. Verbos empleados en la segunda persona del singular del imperativo en MUJERES

Lemma	Frequency	Relative [?]	% of conc. [?]	
mirar	16	447.74	40.00%	
decir	3	83.95	7.50%	
oír	3	83.95	7.50%	
explicar	2	55.97	5.00%	
seguir	2	55.97	5.00%	
asumir	1	27.98	2.50%	
despertar	1	27.98	2.50%	
salir	1	27.98	2.50%	
ubicar	1	27.98	2.50%	
andar	1	27.98	2.50%	
dejar	1	27.98	2.50%	
dame	1	27.98	2.50%	
acordar	1	27.98	2.50%	
ándale	1	27.98	2.50%	
levantar	1	27.98	2.50%	
reconocer	1	27.98	2.50%	
adaptar	1	27.98	2.50%	
esperar	1	27.98	2.50%	
dar	1	27.98	2.50%	

Gráfico 4. Verbos empleados en la segunda persona del singular del imperativo en HOMBRES

Lemma	Frequency	Relative [?]	% of conc. [?]	
decir	8	231.43	19.05%	
mirar	5	144.64	11.90%	
oír	5	144.64	11.90%	
observar	3	86.79	7.14%	
dar	2	57.86	4.76%	
fijar	2	57.86	4.76%	
presentar	2	57.86	4.76%	
levantar	2	57.86	4.76%	
hacer	2	57.86	4.76%	
subir	2	57.86	4.76%	
contar	1	28.93	2.38%	
pegar	1	28.93	2.38%	
comprender	1	28.93	2.38%	
tener	1	28.93	2.38%	
andar	1	28.93	2.38%	
reducir	1	28.93	2.38%	
sentar	1	28.93	2.38%	
callar	1	28.93	2.38%	
escuchar	1	28.93	2.38%	

A continuación, se presentan dos ejemplos destacados en los que es evidente el uso de *mira* en MUJERES como marcador y no como verbo semánticamente lleno:

(8) MUJERES

Cuando hacemos este cambio de perspectiva, ¿sabéis lo que pasa? Que la autoestima sube. Y estamos en el camino, en el camino de querernos un poquito más. Y es muy fácil. Son 3 sencillos pasos. No va. Y **mira** que había creado emoción y todo. ¿Qué? Bueno, es igual, os lo diré. ¡Ay, **mira, mira!** 3 sencillos pasos. Por favor, recuperad tensión. Mejora tu imagen, renueva tu actitud y trabaja tu expresión.

(9) MUJERES

¿Quién está disponible ahora mismo pa' contarle mi miseria? Ah, **mira, mira**. Bien, lo que me ha hecho el jefe. Y la otra, encantada. "¡Ay, sí! ¡Ah! Lo peor". Pero ¿pensamos que con eso es suficiente? ¡No! Con eso nuestro ego, el monstruo del ego empieza a crecer ¿Ves?

En ambos ejemplos, el verbo *mira* se reitera para dar mayor énfasis al discurso; en el segundo ejemplo, sin embargo, se establece incluso un paralelismo entre *mira* y *ves*, destinado a mantener, a través de una estrategia de afiliación, la atención de la audiencia centrada en el ejemplo relatado. En esta perspectiva, el discurso público también es co-construido por la hablante y los oyentes que, con sus reacciones no verbales, colaboran en la transmisión eficaz del mensaje.

Como en el caso de las primeras personas, aplicaremos un análisis de los colocados de *vustr**, *vosotr**, *os*. En primer lugar, cabe destacar la presencia de 57 apariciones de las formas seleccionados en el corpus MUJERES, frente a 21 en el corpus HOMBRES. Esto sugiere que las mujeres de la muestra analizada se

dirigen con más frecuencia a su público de forma directa, identificándolo como un colectivo.

Además de una diferencia cuantitativa, lo que pretendemos identificar es la forma en que hombres y mujeres construyen en el discurso la identidad de los destinatarios de su charla: para ello identificaremos los 20 primeros colocados (ordenados por frecuencia) de las palabras mencionadas en un entorno de -3 a +3, presentes al menos 1 vez en el corpus y al menos 1 vez en combinación con las formas analizadas.

Tabla 7. Colocados de *vustr**, *vosotr**, *os* en MUJERES

Collocate	Freq	Coll. freq.	T-score	MI	logDice
,	27	2205	4,5193	2,9405	8,6115
que	15	1542	3,2379	2,6085	8,26394
a	15	730	3,5723	3,6873	9,28667
y	10	729	2,7946	3,1043	8,70354
.	10	1296	2,5086	2,2742	7,91998
de	9	1351	2,2817	2,0623	7,71049
no	7	486	2,3528	3,1747	8,72255
voy	6	44	2,4208	6,4177	10,9268
la	5	831	1,6433	1,9154	7,52751
?	5	292	2,0278	3,4243	8,87484
es	4	471	1,6244	2,4126	7,95561
un	4	365	1,7089	2,7804	8,2789
pues	4	50	1,9601	5,6483	10,2585
lo	4	327	1,7392	2,939	8,41504
vosotros	3	11	1,7219	7,4177	10,4975
pero	3	112	1,6289	4,0698	9,18408
el	3	563	1,2136	1,7401	7,30884
!	3	66	1,6713	4,8327	9,64245
casa	3	14	1,7192	7,0698	10,4352
¿	3	292	1,4631	2,6873	8,13788

Centrándonos en el colocado verbal *voy*, observamos la presencia de este verbo en primera persona del singular asociado al pronombre personal *os*, como ocurre en los siguientes ejemplos:

(10) MUJERES

Perfecto, estamos sintonizados, perfecto, bien pues **os voy** a contar algo que quería compartir con vosotros.

(11) MUJERES

Y claro, ahora voy a retar al sistema educativo, ahora voy a poner a prueba a ver si ha funcionado, **os voy** a lanzar un ejercicio que veis aquí ahora, a ver en un segundo, y tenéis que resolverlo y voy a preguntar.

(12) MUJERES

Y seguro que habéis leído muchísimos libros y habéis visto muchos vídeos y muchas charlas TEDx sobre cómo tener una buena actitud, así que yo hoy... no voy a ser menos y **os voy** a dar mi truco.

La identidad del otro construida por las conferenciantes parece estar en consonancia con el modelo de afiliación defendido hasta ahora a través de una serie de recursos lingüísticos. El público es confidente, se pone a prueba a través de ejercicios durante la charla en una continua co-construcción de significados y del propio discurso, como veremos también en los siguientes apartados del presente estudio.

Tabla 8. Colocados de vustr*, vosotr*, os en HOMBRES

Collocate	Freq	Coll. freq.	T-score	MI	logDice
,	8	2115	2,3742	2,63839	6,9393
de	6	1300	2,1271	2,9255	7,21755
que	6	1364	2,1112	2,85617	7,14929
.	4	1433	1,5647	2,20001	6,49419
en	4	693	1,7895	3,24812	7,52022
?	4	217	1,9341	4,92328	9,10518
quiero	4	27	1,9918	7,92994	11,415
¿	3	216	1,6563	4,51491	8,69622
examen	3	10	1,7285	8,94787	11,6308
también	2	66	1,3859	5,64044	9,55706
o	2	100	1,3713	5,04098	9,08114
preparar	2	2	1,4134	10,6848	11,4764
es	2	406	1,2398	3,0195	7,26191
y	2	650	1,135	2,34054	6,60983
no	2	385	1,2488	3,09612	7,33466
trabajo	2	23	1,4043	7,16127	10,5406
con	2	222	1,3189	3,89042	8,07519
lo	2	330	1,2725	3,31851	7,54467
marcó	2	2	1,4134	10,6848	11,4764

vuestro	2	4	1,4125	9,68483	11,3561
---------	---	---	--------	---------	---------

En cuanto al corpus masculino, consideraremos los colocados *quiero* y *marcó* en los siguientes ejemplos:

(13) HOMBRES

Esto en educación es lo que llamamos las competencias, y en este sentido **os quiero hacer una pregunta**: yo quiero preguntaros, si queréis, si estamos construyendo una sociedad orientada al aprendizaje, al aprendizaje en este sentido.

(14) HOMBRES

¿Qué es lo que **os marcó**? o ¿quizás **os marcó** el propósito de superar una traba en un momento de presión, de gestionar vuestro tiempo en un poco espacio de tiempo, de preparar vuestro trabajo vuestro examen con compañeros y de cómo os comunicasteis con ellos de cómo gestionasteis el conflicto?

Una vez más, nos encontramos con ejemplos en los que el verbo en cuestión se asocia con el pronombre personal *os*: el conferenciante se dirige directamente al público para hacer preguntas o dar noticias, tratando a la audiencia como parte integrante de su charla.

Podríamos concluir afirmando que las diferencias más considerables entre HOMBRES y MUJERES no radican tanto en la forma de utilizar la segunda persona del plural, sino en la cantidad de ocurrencias de esta, que es mayor en MUJERES.

Estadísticamente, tal y como se desprende del análisis de las key-PoS y de las ocurrencias totales de los deícticos, las mujeres de la muestra analizada emplean los verbos en segunda persona del plural con mayor frecuencia que los hombres, estableciendo así una relación más directa e íntima con la audiencia.

4.3. Intensificadores y atenuadores

Por intensificadores en el presente contexto entendemos aquellos recursos lingüísticos destinados a dar énfasis al discurso (Briz 2001: 113), en detalle los superlativos y los diminutivos, pero también las interjecciones, las preguntas y las exclamaciones. Por atenuadores, en cambio, aquí nos referimos solo a esos apéndices confirmativos que en inglés se llaman question tags y que en español son principalmente *¿no?*, *¿sí?*, *¿verdad?*, *¿cierto?*, *¿eh?*, utilizados por el hablante para atenuar, precisamente, la fuerza de lo que se afirma y pedir confirmación y atención (Cestero Mancera 2019) a su interlocutor, en este caso el público de la charla. Como se puede apreciar en la Tabla 9, que recoge las etiquetas referidas a las categorías de palabras mencionadas (procedentes de la lista de las primeras 100 key-PoS), las mujeres de la muestra analizada emplean estos recursos con mayor frecuencia, confirmando una vez más las hipótesis sobre los generolectos.

Tabla 9. Intensificadores y atenuadores en MUJERES con respecto a HOMBRES

Item (MUJERES)	Frequenc y (focus)	Frequency (reference)	Relative frequency (focus)	Relative frequency (reference)	Score
AQSMP00_SUP-ísimos	2	0	55,96754	0	56,968
AQVMS00_DIM-ito	2	0	55,96754	0	56,968
AQSFP00_"muchísimas"	1	0	27,98377	0	28,984
PP3CNO0_"sí"	21	6	587,65918	173,57094	3,372
AQSFS00_SUP-ísima	7	2	195,88638	57,85698	3,345
AQSMS00_SUP-ísimo	5	2	139,91885	57,85698	2,394
Faa_"i"	67	37	1874,9126	1070,35413	1,751
Fat_"!"	67	37	1846,92883	1070,35413	1,725
I_INTERJECCIONES	99	57	2770,39307	1648,92383	1,68
Fia_"¿"	292	217	8171,26074	6248,55371	1,308
Fit_"?"	292	217	8171,26074	6277,48193	1,302
NCMS00V_"-ito/-ón"	9	7	251,85393	202,49942	1,243
RN_"no"	547	441	15307,12207	12757,46387	1,2

Por lo tanto, las mujeres de la muestra se califican como conferenciantes cooperativas y enfáticas en el sentido de que, aunque utilizan las mismas estrategias de inclusión de la audiencia empleadas por sus homólogos masculinos, hacen un uso más frecuente de ellas. Pero veamos en detalle algunos ejemplos de intensificadores: dejando los demás intensificadores para un futuro estudio, en esta sección nos centraremos en las interjecciones, ya que están presentes casi el doble de veces en MUJERES que en HOMBRES.

Analizaremos a continuación la frecuencia de las distintas interjecciones para identificar posibles discrepancias cualitativas. Seguidamente, en los gráficos 5 y 6, informamos respectivamente de las interjecciones presentes en el corpus femenino y de las presentes en el corpus masculino.

Gráfico 5. Interjecciones en MUJERES

Lemma	Frequency	Relative [?]	% of conc. [?]	
bueno	31	867.50	31.31 %	
ah	16	447.74	16.16 %	
ay	14	391.77	14.14 %	
eh	10	279.84	10.10 %	
hola	6	167.90	6.06 %	
ojo	4	111.94	4.04 %	
cuidado	4	111.94	4.04 %	
claro	2	55.97	2.02 %	
venga	2	55.97	2.02 %	
uy	2	55.97	2.02 %	
caray	2	55.97	2.02 %	
ala	1	27.98	1.01 %	
vaya	1	27.98	1.01 %	
pobre	1	27.98	1.01 %	
fantástico	1	27.98	1.01 %	
ojalá	1	27.98	1.01 %	
afuera	1	27.98	1.01 %	

Gráfico 6. Interjecciones en HOMBRES

Lemma	Frequency	Relative [?]	% of conc. [?]	
bueno	19	549.64	33.33 %	
ah	7	202.50	12.28 %	
ay	7	202.50	12.28 %	
bla	5	144.64	8.77 %	
uh	2	57.86	3.51 %	
uy	2	57.86	3.51 %	
joder	2	57.86	3.51 %	
hombre	2	57.86	3.51 %	
vamos	2	57.86	3.51 %	
hola	1	28.93	1.75 %	
listo	1	28.93	1.75 %	
uf	1	28.93	1.75 %	
puf	1	28.93	1.75 %	
eh	1	28.93	1.75 %	
eureka	1	28.93	1.75 %	
guey	1	28.93	1.75 %	
pucha	1	28.93	1.75 %	
claro	1	28.93	1.75 %	

Lo que se desprende de la observación de las dos imágenes es bastante interesante: las primeras posiciones están ocupadas por las mismas interjecciones, con un predominio absoluto de *bueno* (33 ocurrencias en MUJERES y 19 en HOMBRES), seguido de *ah* y *ay*. Además, encontramos en HOMBRES la presencia de 3 tabúes lingüísticos utilizados como interjecciones dentro del discurso: *joder* (2 ocurrencias) y *pucha* (1 ocurrencia). Este hallazgo

parece confirmar la hipótesis sobre los generolectos de que los hombres emplearían más tabúes que las mujeres (cf. Pizarro Chacón 2015; Cestero Mancera 2015): es interesante ver cómo esto ocurre incluso en un contexto público y semiformal como la charla TED. Sin embargo, sería conveniente realizar un estudio más amplio y profundo con una mayor cantidad de textos para comprobar este dato.

El análisis de las 100 primeras key-PoS reveló otros datos interesantes relativos a determinadas categorías de palabras: los cuantificadores, incluíbles en los intensificadores (Briz 2001: 125). Parece que los cuantificadores plurales son más frecuentes en MUJERES que en HOMBRES (respectivamente 208 frente a 167 ocurrencias). A continuación, se presentan dos ejemplos de cuantificadores:

(15) HOMBRES

Podemos observar en **muchísimos** casos gente haciendo aún las cosas que dañan al medio ambiente. Entonces, ¿que podríamos hacer?

(16) MUJERES

Hoy en día ya hay **demasiadas** opciones, en materiales hermosísimos como el bambú, que tú acabas de usar tu cepillo de dientes y lo puede enterrar en tu jardín.

La mayor presencia de cuantificadores nos hace pensar en un discurso más enfático: parece que en el habla de las mujeres se aprecia más el componente de énfasis (Annese 2022). Tanto en MUJERES como en HOMBRES entre los cuantificadores plurales predomina el lema *todo*, como se puede ver en los siguientes gráficos.

Gráfico 7. Cuantificadores plurales en MUJERES

Lemma	Frequency	Relative ²	% of conc. ²
todo	58	1,623.06	27.88%
mucho	49	1,371.20	23.56%
otro	29	811.53	13.94%
uno	22	615.64	10.58%
alguno	17	475.72	8.17%
distinto	12	335.81	5.77%
varios	5	139.92	2.40%
diferente	3	83.95	1.44%
tanto	3	83.95	1.44%
poco	2	55.97	0.96%
cuanto	2	55.97	0.96%
demasiado	2	55.97	0.96%
demás	2	55.97	0.96%
ambos	1	27.98	0.48%
cierto	1	27.98	0.48%

Gráfico 8. Cuantificadores plurales en HOMBRES

Lemma	Frequency	Relative ²	% of conc. ²
todo	50	1,446.42	29.94%
mucho	42	1,215.00	25.15%
otro	20	578.57	11.98%
alguno	19	549.64	11.38%
uno	12	347.14	7.19%
tanto	4	115.71	2.40%
distinto	4	115.71	2.40%
poco	4	115.71	2.40%
cierto	3	86.79	1.80%
diferente	3	86.79	1.80%
varios	2	57.86	1.20%
ambos	2	57.86	1.20%
demás	2	57.86	1.20%

Como se puede observar en los gráficos anteriores, la variedad léxica de los dos corpus en cuanto a cuantificadores es prácticamente igual; no encontramos, por tanto, grandes discrepancias en cuanto a los cuantificadores utilizados: lo que sí cambia entre los dos corpus es su frecuencia de uso, que es mayor en MUJERES. Podemos afirmar, por tanto, que nos encontramos con una diferencia cuantitativa en el uso de los cuantificadores: tanto los hombres como las mujeres de la muestra analizada los utilizan, pero las mujeres lo hacen en mayor medida (aproximadamente un 25% más).

Pasemos ahora al análisis de los mecanismos de atenuación. A continuación, nos centraremos solo en los apéndices confirmativos o interrogativos *¿no?*, *¿sí?*, *¿verdad?*, *¿cierto?*, *¿no es cierto?* y *¿eh?* (Tabla 10), caracterizados por una función fática y utilizados por los oradores para buscar “la aprobación y frecuentemente cumplen un papel cortés de solidaridad” (Bengoechea 2015: 142). La Tabla 10 recoge las frecuencias de los apéndices confirmativos.

Tabla 10. Apéndices confirmativos en los dos corpus

APÉNDICES CONFIRMATIVOS		
PALABRA CLAVE	MUJERES	HOMBRES
<i>¿no?</i>	31	8
<i>¿sí?</i>	2	0
<i>¿verdad?</i>	10	1
<i>¿cierto?</i>	1	5
<i>¿no es cierto?</i>	0	1
<i>¿eh?</i>	8	1
TOTAL	52	16

Tal y como se suponía, la Tabla 10 indica que, al menos en nuestra muestra, las mujeres utilizan muchos más apéndices confirmativos. De hecho, analizando los datos recogidos en la tabla de esta página, se puede observar que en el corpus

femenino hay más del triple de ocurrencias de esta forma de atenuación que en el masculino, por lo que parece ser efectivamente un marcador de género (Serradilla Castaño 2006: 218) del lenguaje de las mujeres:

(17) MUJERES

También hay que pensar un poco sobre esto, ¿no?

(18) MUJERES

Parece hasta contradictorio, ¿verdad?

5. Conclusiones y perspectivas futuras

Los precedentes apartados han básicamente confirmado las ideas tradicionales sobre los generolectos: se encontraron diferencias principalmente cuantitativas en el uso de las herramientas lingüísticas de inclusión de la audiencia consideradas. Las mujeres de la muestra analizada hacen un mayor uso que los hombres de ciertos mecanismos de afiliación de la audiencia, entre los que se encuentran las narraciones de experiencias personales en primera persona de singular, el nosotros inclusivo, los imperativos utilizados mayoritariamente como marcadores discursivos, los verbos en segunda persona del plural, los cuantificadores y los apéndices confirmativos.

Todo esto parece confirmar que las mujeres, incluso en el discurso público, adoptan pautas comunicativas más encaminadas a la empatía que los hombres, con un mayor uso de recursos propios del *rappport talk*. No obstante, sería precipitado concluir que los hombres son más asertivos que las mujeres. De hecho, algunas características del generolecto de las mujeres de la muestra, como el uso del imperativo, sugieren un estilo conversacional que combina empatía y asertividad.

Lo analizado, de hecho, no sugiere necesariamente que todos los hablantes comuniquen siguiendo las expectativas lingüísticas impuestas al género con el que se identifican. Si bien a nivel macroscópico es posible detectar una confirmación de las normas generolectales, analizando las muestras lingüísticas más detalladamente las diferencias se vuelven borrosas, menos significativas, ya que cada hablante posee una huella lingüística totalmente personal, resultado de una serie irreplicable de experiencias y de la expresión de nuestra propia identidad lingüística. Por ejemplo, las apariciones de "dime" se hallan todas en un mismo discurso (*Dime cómo hablas y te diré quién eres* de Jousin Palafox), y hasta 4 de las 11 apariciones de las interrogativas con *cuánto*, *cuánta*, *cuántos* pertenecen a una misma transcripción (*La verdad es mentira* de Daniel Molina), y se perfilan por lo tanto como marcas idiolectales.

El estudio no pretende ser exhaustivo: en estudios futuros, un corpus más amplio extendido a otros géneros discursivos permitirá comprobar si los resultados obtenidos para los TED talks se confirman en otros contextos situacionales, observando la variación según el registro lingüístico utilizado y la finalidad comunicativa perseguida.

BIBLIOGRAFÍA

- Acuña Ferreira, Virginia (2009) *Género y discurso: las mujeres y los hombres en la interacción conversacional*, Monaco di Baviera: LINCOM Europa.
- Albelda Marco, Marta (2018) “Variación sociolingüística de los mecanismos mitigadores: diferencias de uso en edad y sexo”, *Cultura, Lenguaje Y Representación* 19: 7-29, <http://dx.doi.org/10.6035/clr.2018.19.1>.
- Annese, Maria (2022) “Lenguaje enfático en el discurso femenino entre generolecto e idiolectos: una comparación basada en corpus de TED talks de hombres y mujeres”, *Illuminazioni* 61: 160-185, <http://www.rivistailuminazioni.it/2022/09/27/numero-61-luglio-settembre-2022/>.
- Bengoechea, Mercedes (2015) *Lengua y género*, Madrid: Editorial Síntesis.
- Bravo, Diana (1999) “¿Imagen «positiva» vs. imagen «negativa»? Pragmática sociocultural y componentes de face”, *Oralia* 2: 155-184, https://www.researchgate.net/publication/285760242_Imagen_positiva_vs_imagen_negativa_Pragmatica_sociocultural_y_componentes_de_face.
- Brenes Peña, Ester (2021) “Mujeres directivas: estrategias argumentativas y actividades de gestión de la imagen social”, *Círculo de Lingüística Aplicada a la Comunicación* 86: 95-112, <https://doi.org/10.5209/clac.74077>.
- Briz Gómez, Antonio (2001) *El español coloquial en la conversación. Esbozo de pragmatogramática*, Barcellona: Editorial Ariel.
- (2017) “Otra vez sobre las funciones de la intensificación en la conversación coloquial”, *Boletín de filología* 52(2): 37-58, <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-93032017000200037>.
- Brown, Penelope, Stephen C. Levinson (1987) *Politeness. Some universals in language usage*, Cambridge: Cambridge University Press, https://www.academia.edu/26395652/Politeness_Some_universals_in_language_usage.
- Bullock, Olivia, Hillary C. Shulman, Richard Huskey (2021) “Narratives are persuasive because they are easier to understand: examining processing fluency as a mechanism of narrative persuasion”, *Frontiers in Communication* 6, <https://doi.org/10.3389/fcomm.2021.719615>.
- Butler, Judith (2013) *Questione di genere. Il femminismo e la sovversione dell'identità*, Roma e Bari: Laterza.
- Calero Fernández, María Ángeles (2023) “Lenguaje femenino y nuevas formas de liderazgo” in Catalinas Fuentes Rodríguez, Ester Brenes Peña (a cura di), *Comunicación estratégica para el ejercicio del liderazgo femenino*, Londra e New York: Routledge, 37-48, <https://doi.org/10.4324/9781003305224>.
- Caliendo, Giuditta, Antonio Compagnone (2014) “Expressing epistemic stance in University lectures and TED talks: a contrastive corpus-based analysis”, *Lingue e linguaggi* 11: 105-122.

- Castellanos Llanos, Gabriela (2016) “Los estilos de género y la tiranía del binarismo: de por qué necesitamos el concepto de generolecto”, *La Aljaba, Segunda época XX*: 69-88, <https://doi.org/10.19137/la-2016-v2005>.
- Cestero Mancera, Ana María (2007) “Cooperación en la conversación: estrategias estructurales características de las mujeres”, *Linred Linguistica En La Red*, <http://hdl.handle.net/10017/24466>.
- (2015) “La expresión del tabú: estudio sociolingüístico”, *Boletín de Filología* 50(1): 71-105, <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-93032015000100003>.
- (2019) “Apéndices interrogativos de control de contacto: estudio sociolingüístico”, *Cuadernos de Lingüística de El Colegio de México* 6(1): 1-65, <https://doi.org/10.24201/clecm.v6i1.111>.
- Cestero Mancera, Ana María, Marta Albelda Marco (2012) “La atenuación lingüística como fenómeno variable”, *Oralia* 15: 77-124, <https://doi.org/10.25115/oralia.v15i1.8056>.
- (2020) “Estudio de variación en el uso de atenuación I: Hacia una descripción de patrones dialectales y sociolectales de la atenuación en español”, *Revista signos* 53(104): 935-961, <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-09342020000300935>.
- Coates, Jennifer (2004) *Women, Man and Language*, Hoboken: Taylor and Francis.
- Eckert Penelope, Sally McConnell-Ginet (1992) “Communities of practice: Where language, gender, and power all live”, in Kira Hall, Mary Bucholtz, Birch Moonwomon (a cura di), *Locating power: Proceedings of the Second Berkeley Women and Language Conference*, 89-99, <http://www.stanford.edu/~eckert/PDF/Communitiesof.pdf>.
- (1999) “New generalizations and explanations in language and gender research”, *Language in Society* 28(2): 185-201, <https://doi.org/10.1017/S0047404599002031>.
- (2003) *Language and gender*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Fuentes Rodríguez, Catalina (a cura di) (2018) *Mujer, discurso y parlamento*, Siviglia: Alfar, <http://digital.casalini.it/9788478987832>.
- Fuentes Rodríguez, Catalina, Gloria Álvarez-Benito (2016) *A gender-based approach to parliamentary discourse: The Andalusian parliament*, Amsterdam: John Benjamins Publishing Company, <https://doi.org/10.1075/dapsac.68>.
- Fuentes Rodríguez, Catalina, Ester Brenes Peña (2011) “Apéndices apelativos en el lenguaje parlamentario andaluz: variación pragmática”, *Oralia* 17: 179-207, <https://doi.org/10.25115/oralia.v17i.8006>.
- García Mouton, Pilar (2000) *Cómo hablan las mujeres*, Madrid: Arco libros, <http://hdl.handle.net/10261/121914>.
- Goffman, Erving (1967) *Interactional ritual: essays face-to-face behaviour*, New York: Pantheon Books.
- Kilgarriff, Adam, Vít Baisa, Jan Bušta, Miloš Jakubíček, Vojtěch Kovář, Jan Michelfeit, Pavel Rychlý, Vít Suchomel (2014) “The Sketch Engine: Ten

- Years On” *Lexicography ASIALEX* 1(1): 7–36,
<https://doi.org/10.1007/s40607-014-0009-9>.
- Kramer, Cheri (1973) “Women's speech: Separate but unequal?”, *Annual Meeting of the International Communication Association*, Montreal,
<https://doi.org/10.1080/00335637409383203>.
- Lakoff, Robin Tolmarch (1975) *Language and woman's place: Text and commentaries*, New York: Harper and Row.
- Lozano Domingo, Irene (2005) *Lenguaje Femenino, Lenguaje Masculino - ¿Condiciona nuestro sexo la forma de hablar?*, Madrid: Minerva.
- Ludewig, Julia (2017) "TED Talks as an Emergent Genre", *CLCWeb: Comparative Literature and Culture* (19)1,
<https://docs.lib.purdue.edu/clcweb/vol19/iss1/2/>.
- Mapelli, Giovanna, Sara Piccioni (2023) “El discurso de las/los pediatras españolas/es en los blogs. Recursos lingüísticos de la comunicación empática y asertiva”, in Catalina Fuentes Rodríguez, Ester Brenes Peña (a cura di) *Comunicación estratégica para el ejercicio del liderazgo femenino*, Londra e New York: Routledge, 165-179,
<https://doi.org/10.4324/9781003305224>.
- (2019) Deíxis y actividad de imagen en blogs de pediatría españoles, *Español actual*, 112: 49-85, <https://hdl.handle.net/11564/772169>.
- McEnery, Tony, Richard Xiao, Yukio Tono (a cura di) (2006) *Corpus-Based Language Studies. An Advanced Resource Book*, Londra e New York: Routledge.
- Mestre-Mestre, Eva María, María Beatriz Pérez Cabello de Alba (2022) “A Pragmatic analysis of emotion-triggering strategies in TED talks”, *Círculo de Lingüística Aplicada a la Comunicación* 92: 257-271,
<https://dx.doi.org/10.5209/clac.77996>.
- Motschenbacher, Heiko (2007) “Can the term "genderlect" be saved? A postmodernist re-definition”, *Gender and Language*, 1(2): 255-278,
<https://doi.org/10.1558/genl.v1i2.255>.
- Pizarro Chacón, Ginneth (2015) “El léxico en las mujeres y los hombres: restricciones inconscientes o culturales”, *Revista de Lenguas Modernas* 22: 219-234, <https://doi.org/10.15517/rlm.v0i22.19683>.
- Polletta, Francesca, Pang Ching Bobby Chen (2013) “Gender and Public Talk: Accounting for Women's Variable Participation in the Public Sphere”, *Sociological Theory* 31(4): 291–317,
<https://doi.org/10.1177/0735275113515172>.
- Pontrandolfo, Gianluca, Sara Piccioni (2022) *Comunicación especializada y divulgación en la red: aproximaciones basadas en corpus*, Londra e New York: Routledge, <https://hdl.handle.net/11368/2998817>.
- Rojo, Guillermo (2021) *Introducción a la lingüística de corpus en español*, Londra e New York: Routledge, <https://doi.org/10.4324/9781003119760>.

- Santana Marrero, Juana (2017) “Marcadores interrogativos de interacción conversacional en la norma culta hispánica”, *Academia Boliviana de la Lengua*, 232-287, <https://hdl.handle.net/11441/70050>.
- Serrano Montesinos, María José (2008) “El rol de la variable sexo o género en sociolingüística: ¿diferencia, dominio o interacción?”, *Boletín de filología: Universidad de Chile*, 43(1): 175-192, <https://ultimadecada.uchile.cl/index.php/BDF/article/view/18049>.
- Tannen, Deborah (1990) *You just don't understand: women and men in conversation*, New York: Morrow.
- (1996) *Género y discurso*, Buenos Aires: Paidós.
- West, Candace, Don H. Zimmerman (1987) “Doing Gender”, *Gender & Society* 1: 125-151, <https://www.jstor.org/stable/189945>.