



Universidad de  
**San Andrés**

**Universidad de San Andrés**

**Departamento de Ciencias Sociales**

**Licenciatura en Comunicación**

**Lo que se espera de nosotros: un análisis sociolingüístico  
sobre el género, los estereotipos y la imagen discursiva en  
WhatsApp.**

Autora: Sol Rodríguez Caro

Legajo: 29139

Mentora: Silvia Ramírez Gelbes

Buenos Aires, Argentina.

13 de julio de 2022.

## **Agradecimientos**

Antes que nada, gracias a la Universidad de San Andrés, por recibirme con tanta calidez desde el primer día, con su campus lleno de gente con ganas de estudiar y con profesores con ganas de transmitírnos todo su conocimiento. Fue gracias a esta institución que tuve la posibilidad de cruzarme con profesionales increíbles que me inspiraron infinitamente con sus clases y buena predisposición.

A mi familia, má, pá y Mili por escucharme hablar durante todos esos almuerzos sobre los temas que me habían quedado dando vueltas en la cabeza al volver de las clases. Y, sobre todo, gracias má y pá por confiar en mí cuando les dije que quería estudiar esta carrera con la que ustedes no estaban tan familiarizados, pero aun así hicieron todo lo posible para que pudiera hacerlo en la universidad que me parecía la indicada, eternamente agradecida.

Gracias a mi tutora, Silvia, por acompañarme y tenerme paciencia en este recorrido tan lindo y enriquecedor que fue hacer la tesis. Pero también, gracias por transmitirme mi amor e interés tan grande hacia la lingüística y por hacerme dar cuenta de que, algún día, me haría muy feliz saber tanto como vos sobre esta cosa tan linda y compleja que es el lenguaje.

Gracias a mi mejor amiga, Isa, con quien tuve el placer de compartir estos años de estudio. Gracias a vos aprendí a no preocuparme tanto en lo que “podría llegar a pasar”. Gracias por motivarme todos los días a ir a la facultad, donde sabía que la que llegaba primero iba a esperar a la otra con un café, listas para tomar clases juntas y también reírnos un rato.

Y por último gracias a Iñaki, mi otra mitad, por acompañarme durante toda la recta final de la carrera y por no dudar en ningún momento en mi capacidad de hacer, según él, “la mejor tesis del mundo”. No puedo esperar a sentarme con vos cuando estés con tu proyecto final de la facultad y con todos los proyectos que decidamos hacer a futuro.

## **ÍNDICE**

<b>I.</b>	Introducción	pg. 4
<b>II.</b>	Objetivo, pregunta de investigación e hipótesis	pg. 5
<b>III.</b>	Marco teórico	pg. 7
<b>IV.</b>	Estado del arte	pg.13
<b>V.</b>	Metodología	pg.16
<b>VI.</b>	Análisis de corpus y hallazgos	pg. 19
	<b>i.</b> Focus groups	
	<b>ii.</b> Encuestas	
<b>VII.</b>	Conclusiones	pg. 32
<b>VIII.</b>	Bibliografía	pg. 37
<b>IX.</b>	Anexo	pg. 41
	<b>i.</b> Encuesta	
	<b>ii.</b> Focus groups	



Universidad de  
**San Andrés**

*“Romeo puede ser un ave y Julieta puede ser una piedra. Romeo puede ser un grano de sal y Julieta puede ser un mapa. ¿Qué le importa esto al público?”.*

- Federico García Lorca, *El público* (1986).

## I. Introducción

Cuando un ser humano se encuentra con otro, comienza un proceso de observación y análisis mutuo. Cada uno, consciente o inconscientemente, investigará al otro y llegará a una conclusión de cómo es. Esta investigación puede ser muy superficial, una instancia de análisis donde se tendrá en cuenta todo lo que está a la vista (la vestimenta, la forma en que lleva el pelo, si tiene *piercings* o tatuajes), como también puede ser un poco más profunda, donde se tendrá en cuenta el discurso. De esta manera, uno intentará descifrar el estatus socioeconómico, jerarquía en la sociedad y forma de ser del otro y, así, idealmente, deducirá cómo debería tratarlo (con mucho respeto, como un par, etc.). Toda la información que logramos recolectar del otro conformará lo que llamaremos imagen a la luz de los trabajos de distintos intelectuales. Esta suerte de máscara ficticia, dependiendo del contexto, variará.

Pero ¿cómo sabemos que lo que percibimos de los demás es correcto? “Vivimos por inferencias” dice William I. Thomas (Goffman, 1959, p. 15). Uno no puede estar completamente seguro de qué puede esperar de cada individuo con el que se cruza, pero gracias a nuestra capacidad de inferir, podremos predecir algunos comportamientos. Nosotros no tomamos nuestras decisiones del día a día a partir de datos estadísticos, y, en consecuencia, para definir la imagen del otro recurriremos a la información que nos ha otorgado alguien similar a él, ella o elle. Pero el problema surge cuando no tenemos información de nadie similar, lo que nos llevará a recurrir a aquellos esquemas culturales que solemos llamar estereotipos.

En este trabajo de graduación se intentará indagar sobre el reconocimiento de la imagen discursiva en la virtualidad, más específicamente en la construcción del género a través de recursos paralingüísticos en la mensajería instantánea. Todo lo detallado previamente se analizará a partir de una perspectiva sociolingüística de la imagen y los estereotipos de género en el habla. A continuación, se detallarán los objetivos, la pregunta de investigación y las hipótesis que cimientan a esta tesina. Luego, se hará un recorrido por diferentes teorías y miradas acerca de lo que es la imagen, se profundizará sobre el habla de los hombres y de las mujeres *online* y los experimentos que se hayan hecho hasta el momento en el área. Tras hacer un recorrido por el marco teórico en el que basaremos nuestra investigación, se explicará la metodología que se llevará a cabo y, para finalizar, se analizarán los resultados a partir de todo lo que expusimos anteriormente.

## **II. Objetivo, pregunta de investigación e hipótesis**

El objetivo principal de nuestra tesis de grado será comprobar si las personas encuestadas son capaces de distinguir el género con el que se identifica el hablante sin tener ningún tipo de información de ella/él o ella más allá de los recursos que utiliza al comunicarse por WhatsApp. La pregunta de investigación que guiará nuestro trabajo es: los recursos paralingüísticos que utilizamos para comunicarnos por WhatsApp ¿dan indicios claros sobre nuestro género?

En primer lugar, emplearemos la metodología de focus groups que nos ayudará a determinar qué recursos paralingüísticos de la escritura *online* se ven como más femeninos, más masculinos o indiferentes según las generaciones. Luego realizaremos encuestas autoadministradas por Internet que nos demostrarán la influencia de los estereotipos de género a la hora de asignarle un género al hablante. Nuestra pregunta de investigación es de índole

cuantitativa y, a partir de los resultados de la encuesta, realizaremos nuestras conclusiones con respecto a las variables de género. Para eso definimos las siguientes hipótesis:

**H1a:** Los mensajes con muchos emojis, muchas letras, muchos signos de puntuación y longitud más larga serán asociados en mayor medida con el género femenino.

**H1b:** Los mensajes sin emojis, sin repetición de letras, sin signos de puntuación y con abreviaciones serán asociados en mayor medida con el género masculino.

**H2:** Los encuestados menores a 25 años acertarán en mayor medida con el género que se identifica realmente el emisor del mensaje que los mayores de 25.

**H3:** Las identidades no binarias serán mayoritariamente asociadas con algún género binario por todos los rangos etarios.

Cabe aclarar que la H1a y H1b se basan en el concepto de que las mujeres hablan de manera más cordial que los hombres, y que son más propensas a estar de buen humor y ser agradables con el resto (Lakoff, 1973; Wolf, 2000; Weisberg et al., 2011; Ling et al., 2014; Butterworth, 2019) y que los hombres utilizan sus teléfonos móviles más como una herramienta capaz de transmitir un mensaje cuando es necesario (Ling et al., 2014). En cuanto a la H2, nos basamos específicamente en el hecho de que las personas nacidas después de 1997 han pasado la mayor parte de sus vidas con acceso a Internet (Mayans i Planells, 2002; Palazzo, 2010), donde creemos que se pueden haber sensibilizado más a la escritura *online* que los mayores. Y, por último, en cuanto a la H3, consideramos que las identidades no binarias serán mayormente asociadas con algún género binario, porque hasta el día de hoy no creemos que exista un estereotipo del habla no binaria.

Esta investigación quizás nos sorprenda, y, en contra de la H1 y parcialmente de la H3, encontraremos que para la gente no hay una forma de comunicarnos *online* “más femenina” o “más masculina”. Pero, de encontrar alguna diferencia relacionada a algunos factores de escritura, se hará un análisis profundo en lo que significan estas expectativas de género en la sociedad contemporánea. Para corroborar o refutar la H2, en la recolección de datos se tendrá en cuenta la edad de los encuestados para ver si existe una relación entre el reconocimiento de las imágenes virtuales, la generación en la que nacieron y su visión de los demás.

### **III. Marco teórico**

Situándonos en España hace poco menos de un siglo, Federico García Lorca escribe su primera obra dramática. A esta obra la llamaría *El público* (1930), y sería publicada 46 años más tarde, en 1976. Es en ella donde describe una realidad metateatral cercana al surrealismo literario (propio de la época en que fue escrito) en la que propone la existencia de un “teatro al aire libre” y un “teatro bajo la arena”. El teatro al aire libre es aquel teatro tradicional que todos conocemos, que se opone al teatro bajo la arena, un escenario ficticio en el que todos actuamos, en el día a día, para mostrarnos ante el resto de la sociedad.

Así como el reconocido escritor español planteó sus interrogantes sobre la forma en que nos presentamos ante el resto a través de una metáfora teatral, Erving Goffman, sociólogo del siglo XX, plantea su propia teoría basada en lo dramático. Por un lado, el autor habla de cara, *face* o imagen para hacer referencia a aquella máscara ficticia que cada uno de nosotros porta ante cualquier interacción intrapersonal o, como él las llama, actuaciones (*performances*). Por el otro, Goffman (1959, p. 14) habla de la capacidad del individuo de crear impresiones, a la cual divide en dos: a través de la expresión que da y de la expresión que emana. Todo aquello que el individuo

da a conocer sobre sí mismo de manera verbal, se trata de la expresión que da. Nosotros nos enfocaremos, de todos modos, en la expresión que emana, la cuál se relaciona con la forma no verbal, más teatral y que varía con el contexto y presumiblemente involuntaria. Ocasionalmente actuaremos de manera calculada para dar una impresión específica, explica Goffman (1959, p. 15), pero otras veces seremos ignorantes a esta práctica.

Ignorantes a la imagen que le transmitimos a los demás o no, el sujeto estará interesado en recolectar información sobre el otro para definir el contexto y, de esa manera, comprender qué es posible esperar de determinadas personas y cómo actuar para recibir determinadas respuestas (Goffman, 1958, p. 13). Será parte de sus intereses controlar la situación para comprender la posición jerárquica en la relación. Surgido el caso en el que los sujetos no estén familiarizados los unos con el otros, explica el sociólogo (1959), estos tomarán pequeñas porciones de la información de la expresión que dan para compararlas con la información previamente obtenida de conocidos similares a ellos. A falta de una figura familiar, confiarán en lo que el otro dice sobre sí mismo o lo categorizarán a partir de **estereotipos**.

Siguiendo la línea de pensamiento dramaturgica, Judith Butler (filósofe y teórica fundacional de la teoría *queer*), nos sugiere pensar al género como un acto performativo. La performatividad del género es todo aquello que se hace ver en la repetición de convenciones socialmente normalizadas como binarias (1999, p. 33). Le autore hace referencia a la actuación que realizamos en el día a día para representar al género que somos y el género que le mostramos al resto de la gente. Para elle: “Actuamos y caminamos y hablamos de maneras que consolidan una impresión de ser hombre o ser mujer”<sup>1</sup> (Canal Big Think, 2011, 0m 40s). De todos modos “*One is not born, but rather becomes, a woman*” opina Simone de Beauvoir (1949, p. 330). Butler

---

<sup>1</sup> La traducción es nuestra.



concuenda, pero también agrega que, a pesar de cada vez tener más libertad en el tema, nos encontramos culturalmente encasillados por las expectativas y estereotipos de género (2011, YouTube). En otras palabras, él opina que en definitiva uno no puede elegir el género que es por razones más filosóficas o sociológicas de lo que es el libre albedrío y la destinación<sup>2</sup> en la identidad.

Como explica le filósofo (1999), existen comportamientos considerados por la sociedad como más femeninos o masculinos. En 1973 Robin Lakoff publica la primera edición de su obra clásica *El lenguaje y el lugar de la mujer*, donde despliega una premisa muy simple: las mujeres y los hombres presentan diferencias en sus discursos. Si bien su propuesta era bastante revolucionaria para la época, tampoco era muy difícil de creer. En su ensayo, Lakoff no solo argumenta que los géneros binarios se comunican distinto, sino que las mujeres lo hacen de manera cordial y respetuosa mientras que los hombres lo hacen de manera más fuerte y autoritaria. Casi cincuenta años más tarde nos encontramos con una gran cantidad de autores que discuten la veracidad de su teoría por su falta de pruebas empíricas, pero, gracias a ella, también ha surgido una corriente lingüística que se dedica a estudiar el género y su peso en la lengua.

En oposición a la teoría de Lakoff, Sara Mills (lingüista especializada en género y cortesía), sostiene que la idea de que las mujeres son más cordiales que los hombres está basada principalmente en una versión estereotipada del habla de las mujeres más que en el comportamiento lingüístico femenino real (2003, p. 202). Ella habla de la cordialidad como "Una fuerza civilizadora que mitiga la agresión de extraños y familiares entre sí, e ideológicamente este movimiento civilizador se asocia a menudo con la feminidad"<sup>3</sup> (2003, p. 204). Mientras tanto,

---

<sup>2</sup> Dado el alcance de la presente investigación, este punto solo se destaca, pero no se profundiza.

<sup>3</sup> La traducción es nuestra.

explica, a la masculinidad se la asocia directamente con la franqueza y la agresión (2003, p. 110). La autora, además, relaciona este concepto de cordialidad en el discurso femenino con el estereotipo de una mujer blanca occidental de clase media: educada, débil, vulnerable y amigable (2003, p. 203), con el que probablemente también nos regimos en Argentina hoy en día. Asimismo, considera que pensar a la cortesía como capaz de crear una imagen mitigante entre géneros ignora el peso de la cortesía en los países orientales y su respeto ante las jerarquías generacionales, otorgándole, además, una visión etnocéntrica y antigua de los hechos (2003, p. 105).

Si bien la mayoría de los autores analizados hasta el momento discuten la imagen creada durante la interacción cara a cara, sus teorías se aplican con facilidad en otros contextos. El proceso de conformación de una imagen no es exclusivo a ese tipo de interacción. Cuando uno lee el diario, habla por teléfono o incluso cuando le hablan sobre alguien que no ha conocido nunca, imagina cómo se ve. Nos contestamos una serie de preguntas contextuales a través de inferencias que luego nos ayudarán a entender los hechos de manera más profunda y eficiente. Esto es, a partir de las palabras utilizadas, la combinación de ellas, el registro, y la modalización en general (Ramírez Gelbes, 2018, p. 180). En un diario *online*, un tuit o un mensaje de WhatsApp sucederá lo mismo. En palabras de Ramírez Gelbes, podríamos decir que “De un modo o de otro, con conciencia o sin ella, nos prefiguramos la cara y hasta las costumbres de quien nos dirige la palabra desde un monitor, desde la tablet o desde el teléfono celular” (2018, p. 169).

Pero la imagen además es capaz de transmitirse por la virtualidad. Según Ramírez Gelbes (2018), existen dos maneras de exponerse discursivamente en la pantalla: contando y mostrando. La identidad se creará mediante la información que el individuo contará sobre sí mismo en su biografía o en sus posteos y mediante las imágenes de distintas situaciones relacionadas a su vida personal que mostrará (2018, p. 179). Pero, además, la imagen virtual se crea a través del discurso.

A partir de lo propuesto por la lingüista (2018) podemos deducir que los estereotipos son igual de importantes en la virtualidad como lo son en la vida real para inferir determinadas formas de ser de una persona. Juzgando por su discurso, el avatar que utiliza para identificarse o incluso las publicaciones a las que les pone me gusta, configuraremos una imagen mental de cómo se ve. De todos modos, la imagen que conformaremos variará según los estereotipos que cada uno tenga normalizados.

Cuando hablamos de estereotipos, según las autoras de *Estereotipos y clichés* (2001) Amossy y Herschberg Pierrot, hablamos de “representaciones cristalizadas, esquemas culturales preexistentes, a través de los cuales cada uno filtra la realidad del entorno” (p. 32). Estas representaciones son las encargadas de esquematizar y categorizar todo lo que se encuentra a nuestro alrededor, dos acciones indispensables para la cognición. Necesitamos los estereotipos para comprender el mundo, opinan las autoras (2001), ya que relacionar todo lo que vemos a modelos preexistentes nos genera tranquilidad.

En términos de Walter Lippman (1922) en su libro *La opinión pública*, los estereotipos son fundamentales para dos tipos de situaciones: para economizar el tiempo y el esfuerzo que requiere conocer a un individuo y además para organizar nuestra posición en la sociedad (1922, p. 73). En cuanto a lo último, Lippman describe que los estereotipos nos dibujan una imagen de cómo es o cómo debería ser el mundo. Nuestros gustos, nuestras capacidades, nuestras posibles zonas de confort y nuestros posibles esperanzas y sueños se encuentran delimitados por los estereotipos, que nos encasillan en distintos grupos sociales.

"Allí nos sentimos como en casa. Encajamos. Somos miembros. Conocemos el camino. Allí encontramos el encanto de lo familiar, lo normal, lo fiable; sus ranuras y formas están donde estamos acostumbrados a encontrarlas. Y aunque hayamos abandonado muchas cosas que podrían

habernos tentado antes de meternos en ese molde, una vez que estamos firmemente dentro, nos queda tan bien como un viejo zapato usado" - Lippman, 1922, p. 73.<sup>4</sup>

Si bien los estereotipos pueden parecer muy útiles según la perspectiva de Lippman (1922), muchos teóricos les han encontrado su lado negativo. Estos se caracterizan por llevar a la generalización excesiva que, en un punto, nos puede convertir en víctimas de la repetición de discursos puramente discriminatorios, basados en supuestos sin ningún sustento lógico. Diversas investigaciones demuestran que los estereotipos no tienen que estar comprobados antes de difundirse, sino que “pueden propagarse por fuera de toda base objetiva” (Amossy y Herschberg Pierrot, 2001, p. 40). Esto lleva a la construcción de ideales imaginarios perjudiciales para la inserción de distintos grupos a la sociedad en muchas áreas (laborales, educacionales, artísticas, amistosas).

Dentro de lo que son los estereotipos existe una categoría basada exclusivamente en los estereotipos de género. En la sociedad patriarcal en la que vivimos, saber si un sujeto es hombre o si es mujer nos sirve para categorizar, jerarquizar y sobre todo predecir comportamientos “recurrentes” de cada sexo. El problema con estas construcciones culturales surge cuando el grupo dominante determina las características del grupo dominado que no son representativas de un grupo en su totalidad. Así es como se transforman rápidamente en una forma de violencia y “dominación simbólica”, como opina Cora Gamarnik (2009, p. 4). Se trata de una violencia desconocida como tal, capaz de transformar conceptos en lo natural, en formas lógicas de ver la vida, completamente perjudiciales y discriminatorias para algunos grupos.

Los estereotipos de género se trasladan a la virtualidad de su propia manera: distintos estudios demuestran que es esperado que el género femenino utilice una gran cantidad de emojis

---

<sup>4</sup> La traducción es nuestra.

y signos de puntuación para demostrar emoción y hacer énfasis y que, además, sus mensajes sean más extensos que los de los hombres (Tossell et al., 2012; Oleszkiewicz et al., 2017; Prada et al., 2018; Pérez Sabater, 2019). Estas expectativas surgen de la idea de que las mujeres son mejores comunicándose y más aptas para escuchar una conversación que los hombres (Wolf, 2000; Weisberg et al., 2011; Ling et al., 2014; Butterworth, 2019).

Lo expuesto previamente nos hace preguntarnos si los estereotipos son capaces de cambiar. Las investigaciones demuestran que sí pueden cambiar, pero no para mejor (Amossy y Herschberg Pierrot, 2001). Las autoras (2001, p. 44) argumentan que la infancia es un momento clave para la adquisición de estos esquemas culturales y la permeabilidad del discurso de los padres es casi inevitable. Si uno nace en un ambiente autoritario donde no existe el pensamiento crítico individual, es altamente probable que estos discursos sean aceptados y adquiridos como una certeza absoluta. El problema más grave es que su popularidad y uso cotidiano refuerzan su persistencia (Gamarnik, 2009), lo que nos lleva a entrar en un círculo vicioso donde las comunidades discriminadas no son capaces de demostrar lo contrario (Amossy y Herschberg Pierrot, 2001, p. 42).

#### **IV. Estado del arte: qué se ha dicho sobre el género de los hablantes en la mensajería *online***

En relación con el discurso virtual, María Gabriela Palazzo (2010) publica un estudio donde detalla que, entre jóvenes, es esperable que el discurso sea informal, y que, a su vez, esté muy atravesado por la oralidad. En la mensajería *online*, explica la autora (2010), se busca sustituir lo fónico con la ayuda de marcas léxicas, lingüísticas y paralingüísticas. Entre las últimas se encuentran las elipsis, la repetición de signos de exclamación o interrogación al final de las frases, la ausencia de

mayúsculas, el uso de emojis o emoticones, entre otras. Para Palazzo (2010), la antinormatividad prevalece en la virtualidad porque el foco de la comunicación se encuentra en la rapidez y en el acercamiento entre pares, donde las normas prescriptivas son irrelevantes y, a su vez, esta forma de escribir antinormativa se ha convertido en el canon del *online*, que llama la atención si no es respetado.

En el 2000, cuando la comunicación *online* se consideraba algo novedoso, Alecia Wolf realizó una investigación destinada a comprender la expresividad de los sentimientos entre géneros en el Internet. Tras un análisis del uso de emoticones en grupos de mayoría de mujeres, otros de mayoría de hombres y otros mixtos, Wolf (2000) descubre que el uso de emoticones cumple con el estereotipo de mujer sensible y hombre inexpresivo. De todos modos, con respecto a los hallazgos de su investigación, Wolf nota que en los grupos mixtos sucede algo intrigante: el uso de emojis es equitativo entre géneros. En vez de que las mujeres dejen de usar tantos emoticones en presencia de hombres lo que observa la autora es que ambos comienzan a utilizar una cantidad muy grande para comunicar sus sentimientos.

Desde ese entonces, muchos investigadores hallaron que los **temas predominantes** en el habla de los hombres y el de las mujeres *online* difieren según el género (Bischoping, K. 1993; Herring, S. C., 2006; Newman et al., 2008; Wang, Burke, & Kraut, 2013). Según la investigación de 2013 de Wang et al. las mujeres son más propensas a hablar de cuestiones personales, sobre sus vínculos familiares o amorosos, mientras que los hombres son más propensos a hablar de temas más abstractos y lejanos a su intimidad, como deportes, política o religión. De manera similar, en cuanto al **estilo**, se ha comprobado que las mujeres utilizan más emoticones o emojis (Wolf, 2000; Tossell et al., 2012; Oleszkiewicz et al., 2017; Prada et al., 2018; Pérez Sabater, 2019; Koch, Romero, Stachl, 2021), repiten signos de exclamación y repiten letras para alargar las palabras y

hacer énfasis o dar un efecto de prosodia (Rao et al., 2010; Wang, Burke, & Kraut, 2013; Ling et al., 2014) y emiten menos discursos agresivos (Herring, S. C., 2006; Güvendir, 2015) o tabú (Mohammadi et al., 2014) que los hombres en todos los casos.

Con respecto al uso de los emoticones y emojis según el género, en 2010 Rao et al. llevaron a cabo una investigación que les permitió indagar en cuanto a la **preferencia de los emoticones**. Ellos hallaron que, si bien ambos grupos sociales hacen uso de las sonrisas, las mujeres son más propensas a utilizar emoticones o emojis de corazones y los hombres de guiños. Por su parte, Weisberg et al. (2011) más tarde lograron demostrar que los emojis sonrientes son considerados como más **gender neutral o no binaries** ya que no poseen una conexión fuerte con ningún estereotipo de género.

Aportándole un lado más cualitativo de los hechos, la investigación de 2019 de Butterworth et al. se encargó de estudiar si existía una diferencia en la **percepción de los mensajes** dependiendo del género del emisor. Ellos encontraron que los mensajes con emojis afectivos se interpretaban como “más aceptables” si provenían de mujeres que de hombres. Sus hallazgos al igual que los de Wolf (2000) confirmaron que el estereotipo del hombre poco expresivo se traslada a la virtualidad incluso en la actualidad y daña su imagen si no es respetado.

Para darle cierre a este apartado, nos parece necesario mencionar la investigación más similar a la nuestra hasta el momento. Esta fue llevada a cabo por Koch, Romero y Stachl (2020) donde ellos, al igual que nosotros, se sumergen en el mundo de la mensajería instantánea de WhatsApp. A diferencia de nosotros, los autores programaron algoritmos capaces de agrupar conversaciones según el género y la edad del emisor y de esa manera, poder analizar la mayoría similitudes y diferencias en el habla. En cuanto a la variación en la escritura según el género (lo más relevante para nuestra investigación) encontraron que las mujeres utilizan más signos de

exclamación que los hombres mientras que ellos utilizan más abreviaciones que ellas. Además, hallaron que en WhatsApp las mujeres no solo utilizan una mayor cantidad de emojis que los hombres, sino que también prefieren utilizarlos para expresar emociones positivas mientras que el género masculino prefiere utilizarlos para expresar emociones negativas.

## V. Metodología

En este trabajo de investigación nos centraremos en la mensajería instantánea, más específicamente en mensajes emitidos a través de WhatsApp (red de mensajería preferida por más del 76% de la población argentina<sup>5</sup>). Nos parece pertinente analizar mensajes instantáneos porque aquello que se escribe en ese contexto es, generalmente, menos premeditado que lo que se escribe en las Redes Sociales. Por su condición de “inmediatos y efímeros” en palabras de Palazzo (2010), se puede decir que los mensajes de WhatsApp suelen ser más naturales de lo que es una publicación en redes. Además, en la mensajería *online* no contamos con una limitación de caracteres, que también podría llegar a interponerse en la naturalidad de los mensajes.

Nuestro universo se compone por participantes de entre 18 y 60 años. El recorte etario fue dado ya que nos servirá luego para ver si existe alguna diferencia en la conformación de la imagen entre generaciones. Más allá del rango etario y del género del participante, no encontramos otra variable que delimitar a la hora de realizar la investigación.

Antes de llevar a cabo la parte más extensa de la investigación, decidimos formar cuatro grupos focales (o *focus groups*) de cuatro a seis personas cada uno para debatir una serie de cuestiones que luego ayudaron a elegir las preguntas de la encuesta. Estos encuentros se realizaron de manera virtual, a través de la plataforma de videollamadas Zoom. Los grupos fueron

---

<sup>5</sup> Investigación de 2019: <https://es.statista.com/grafico/17500/uso-de-whatsapp-en-america-latina/>



compuestos a partir de las cuatro generaciones que entran en el recorte etario recién explicado: un grupo de 18 a 25 años (*centennials* o generación Z), uno de 26 a 40 años (*millennials* o generación Y), uno de 41 a 56 años (generación X) y por último uno de 57 a 60 años (*baby boomers*). Todos los grupos fueron de carácter mixto y la muestra fue tomada a partir de la estrategia “Bola de nieve” que consiste en elegir a dos participantes de cada grupo y que ellos se encarguen de reclutar al resto. Esta metodología será la encargada de aportarle una sección más cualitativa a la investigación.

La parte más extensa de la investigación se realizó a través de encuestas autoadministradas por Internet, por medio de Google Forms. Se eligió hacer encuestas por su cualidad de poder cuantificar los datos de manera rápida y sencilla sin la necesidad de estar cara a cara con el participante en épocas de pandemia. Como la participación en esta encuesta no es de carácter obligatorio ni tiene ningún tipo de recompensa, se puede esperar que algunos individuos no la completen o no sean completamente honestos. Por esa razón, se encuestó a la mayor cantidad de gente posible, finalizando en 286 participantes. Para asegurarnos de que la investigación fuera de carácter objetivo, la encuesta se creó a partir de extractos de conversaciones de WhatsApp de sujetos reales que se identifican como mujeres y hombres cisgénero y sujetos que no se identifican con los géneros binarios<sup>6</sup>.

Para llevar a cabo la investigación sobre la conformación de la imagen discursiva del hablante en la etapa de reconocimiento de un mensaje, elegimos cuatro variaciones lingüísticas características del texto de WhatsApp para delimitar qué esperamos que fuera percibido como

---

<sup>6</sup> Estos extractos fueron recopilados con el permiso correspondiente de los usuarios. Cada uno de ellos ofreció voluntariamente entre 10 y 20 fragmentos de conversaciones que fueron seleccionados de manera aleatoria.

femenino o masculino. Las variables que guiaron la investigación fueron: los emojis, la cantidad de letras, la cantidad de signos de puntuación y la longitud de los mensajes.

En primer lugar, se aclaró ser parte de una investigación de una tesis de grado y se otorgó una estimación de la cantidad de tiempo que llevaría completarla. En segundo lugar, se llevaron a cabo una serie de preguntas generales sobre su uso de WhatsApp con la intención de no provocar retraimiento, cómo Mayntz (1993) sugiere que se haga. En tercer lugar, se ordenaron los fragmentos de los chats recolectados de manera aleatoria y, a través de una serie de preguntas cerradas, se le pidió al encuestado que seleccionara a partir de su intuición a cuál categoría creía que pertenecía el emisor del mensaje entre las opciones de mujer, hombre, no binarie y otros. En esta instancia lo que nos parecía importante no era si acertaban al género con el que se identificaba el emisor del mensaje, sino más bien, si aquellos recursos paralingüísticos utilizados en los chats les dieran algún tipo de información sobre el género que se identificaba la persona, de acuerdo con las hipótesis que detallamos en el apartado anterior<sup>7</sup>. Además, se les pidió asignarle un rango etario el emisor del mensaje, ya que, si bien esta pregunta no servirá específicamente para contestar las preguntas de investigación, nos servía para mantener al participante concentrado y pensando en más allá del género en el proceso de conformación de la imagen.

Luego del proceso de asignación “intuitiva” del género, en cuarto lugar, se realizaron dos preguntas generales (o preguntas de alivio en palabras de Mayntz [1993]) para puntuar del uno al diez, sobre su certeza a la hora de contestar y sobre su opinión de la importancia ante querer saber con qué género se identifica el hablante para construir su imagen. Y en el quinto y último lugar,

---

<sup>7</sup> Al pedir la contribución de chats se les aclaró que estos no debían contener ningún pronombre que otorgara “pistas” sobre el género con el que se identificaba el emisor del mensaje. Además, se les pidió que en los fragmentos de chats no se estuviera hablando sobre ningún tema estereotípicamente relacionado a los géneros binarios. Es decir, temas relacionados a los vínculos familiares, amistosos o amorosos en las mujeres y deportes o política con los hombres (Wang et al., 2013; Herring, 2006; Newman et al., 2008).

en el momento en el que el encuestado probablemente se encontraba más cansado, se le solicitó completar tres preguntas personales que nos ayudarán para comparar variables en los hallazgos.

## **VI. Análisis del corpus y hallazgos**

Como explicamos previamente, la investigación que llevamos a cabo fue de carácter mixto: recolectamos datos cualitativos a través de cuatro focus groups y datos cuantitativos mediante encuestas *online*. A continuación, pasaremos a exponer los resultados obtenidos.

### **I. Focus groups**

Durante la etapa de focus groups se les realizaron las mismas preguntas a cuatro grupos distintos divididos según la generación en la que nacieron (desde *Baby Boomers* hasta *Centennials*). Fue en estos grupos donde se recolectaron opiniones de todo tipo sobre su uso personal de la red de mensajería WhatsApp y los estereotipos de género en el habla que se encuentran en ella. En primer lugar, se les preguntó si ellos consideraban que hablaban de la misma manera con cada persona con la que interactuaban a través de la plataforma:

*“En mi caso tengo varios estilos, o sea, con los **conocidos escribo en minúsculas y alargo las palabras**, uso muchas letras. Y, por ejemplo, con personas... no sé, compañeros de la facultad, con los que no llegué a un tipo de relación cercana, escribo más o menos bien, usando mayúsculas. (...) **todo bien escrito con signos de exclamación y todo**”.* (Juliana, FCG1, 23 años).

*“Para mí depende mucho, **no se trata si la persona es desconocida, sino más sobre la edad**. Porque si **son jóvenes que no conozco mucho** de la facultad sé que puedo acortar palabras y esas cosas como no usar mayúscula”.* (Josefina, FCG1, 22 años).

*“O sea, **depende mucho de qué tanto uso haga la otra persona de estas herramientas, de qué tanto Internet tenga encima** si uso stickers o emojis, pero acá toda la gente con la que yo chateo nadie me va a ver usar un sticker o emoji nunca”.* (Dalmiro, FCG2, 30 años).

*“Yo hablo, por ejemplo, con los abogados o con los profesionales con los que tengo que hablar por mi trabajo, en general **los trato de usted y no abrevio nada** y con mis familiares o con amigos hablo en forma más informal”.* (Marcela, FCG4, 66 años).

Para los dos grupos más jóvenes, la forma de comunicarse no parece depender del grado de confianza entre los interlocutores sino más bien de la jerarquía etaria y de cuánto uso del Internet haga el otro en su vida diaria (para asegurarse de compartir los mismos códigos de escritura). Los grupos de mayor edad, por otro lado, sí que parecen relacionar la forma en la que escriben con el grado de confianza y cercanía que comparten con el receptor, es decir, utilizarán más emojis, más signos de puntuación y alargarán las palabras únicamente en un contexto informal.

En segundo lugar, se profundizó sobre el alargamiento de las palabras para hacer énfasis y transmitir emoción y alegría. Todos los participantes dijeron hacer uso de este recurso, siempre y cuando el contexto se los permitiera. En lo que concierne a nuestra investigación, parecería que no es posible conformar la imagen de un interlocutor únicamente por su uso del alargamiento de las palabras ya que es equitativo entre géneros, pero, basándonos en lo propuesto nuestra H1a, consideramos que la imagen de mujer alegre y emocionada se asociará en mayor medida con el uso de este recurso.

*“El “sí” con una sola i **no lo uso nunca**”.* (Pedro, FCG1, 23 años).

*“Yo uso “siii” o “sisi” pero, **el “si” solo es raro**”.* (Isabella, FCG1, 23 años).

*“Yo, por ejemplo, tengo a mi hermana menor que me molesta un montón cuando me pone: “Siii tee busco” y alarga todas las palabras. Pero sí, quizás al principio siempre empiezo el chat con “buenaas” u “holaaaa” o cosas **del estilo para no sonar seca**”.* (Clara, FCG1, 23 años).

*“Yo **a veces sí, también alargo**, como dice ella, para darle un poco más de énfasis. O que para mostrar estás más contento por algo que te dicen, pero no acorto”.* (Fernando, FCG4, 62 años).

Con las abreviaciones, el caso opuesto del alargamiento de las palabras, no se recibieron respuestas tan similares entre géneros. Los hombres de los grupos de *Centennials* y *Millennials* de nuestra

muestra contestan con más seguridad a la hora de decir que sí acortan las palabras, mientras que la mayoría de las mujeres se muestran desinteresadas en su uso y dicen recurrir con frecuencia al predictivo del celular para escribir la palabra completa. Esta información parece adelantarnos que las abreviaciones se interpretarán como más masculinas en el test de asignación del género de las encuestas. Los adultos mayores de 40 años, por otro lado, dicen no utilizarlas en absoluto.

*“Me pasa que **en WhatsApp no me surge mucho** [usar abreviaciones]. **Sí uso muchas palabras de ‘slang’** [lunfardo]. **Pero abreviando es como que, como no abrevio cuando hablo, me cuesta mucho abreviar cuando escribo**” (Isabella, FCG1, 23 años).*

*“Tengo una prima que **abrevia todo como en la época de Fotolog** y tiene mi edad y me pone muy mal cuando la leo. O sea, me da escalofríos leerla y no entiendo por qué no se dio cuenta que ya no se habla así”. (Bernarda, FCG2, 33 años).*

*“A veces uso el **qué con q**, pero muy pocas veces. Estaba viendo los mensajes de mi **hermano menor** y me pone tipo: “**Sí. Hola. Ok. Qué con una Q, por qué con XQ**” o sea parece que no me quiere”. (Juliana, FCG1, 23 años).*

*“Yo sí, el **Q** y el **XQ**. Abrevio a veces, pero no sé, **no sé cuál es el criterio**”. (Pedro, FCG1, 23 años).*

*“¿Abreviar? **No tengo la costumbre**, o sea, si quiero decir gracias y pongo la **G**, me sale el **gracias arriba** y lo toco. Ahí arriba no me sale el **grcs**”. (Fernando, FCG4, 62 años).*

*“No, no lo hago. Eso sí, si quisiera dar un **hacer un mensaje más apurada por ahí haría un audio**. **En general no abrevio**”. (Belén, FCG4, 58 años).*

Siguiendo la línea de la longitud de las palabras, en dos focus groups distintos surgió el tema de la brevedad de los mensajes provenientes de hombres. Si bien la mayoría de los participantes asocia los mensajes de WhatsApp más cortos y más “fríos” con la forma de escribir de los hombres, también surgió el tema de los mails de trabajo y la necesidad de las mujeres de dar una respuesta más larga y completa que el género masculino. Teniendo presente la teoría de la cortesía que presenta Lakoff (1973), parecería que en un punto esto sigue prevaleciendo en los ambientes de trabajo. Todos los participantes del grupo de Ana (FCG2) estuvieron de acuerdo con ella:

*“Los varones mandan mails tipo ‘ok’ y entiendo que lo vieron. Pero bueno, a mi me pasa como como que digo, ay, **mi mail se tiene que leer amable y efusivo**. Esto para ellos no pasa, solo dicen ‘ok’ y listo”.* (Ana, FCG2, 31 años).

Belén, sugiere algo similar en su propio focus group:

*“Eso me parece más de hombre, escribir más corto. Quizás pasa a veces que uno dice ‘ay, qué seco me contestó’, pero en realidad, **capaz es que no es seco, sino que es más de hombre**”* (Belén, FCG4, 58 años).

Un recurso paralingüístico del cual surgió un debate en todos los grupos fueron los signos de puntuación. No parece haber un indicador de género en su uso como sí que parece existir un indicador de edad. Para nuestra sorpresa, los jóvenes dicen utilizar los signos de exclamación con muy poca frecuencia porque los asocian con la forma de hablar de los mayores. Los participantes de los grupos de generaciones más grandes confirman su uso cuando explican utilizarlos en contextos formales e informales. Si bien el género no fue un detalle muy significativo en las discusiones de los focus groups como lo fue la edad, es interesante ver cómo fue comparado con la forma de hablar de madres y tías, pero no de padres o tíos.

*“Me hacen acordar **como a una tía** que te pone todos los signos de exclamación tipo: Linda!!!! Hermosa!!!!”* (Juliana, FCG1, 23 años).

*“Hay algo de cuando lees mensajes y tienen mal puestos **los puntos que suena más viejo y como más raro**. Ah, pero eso sí, si pongo puntos suspensivos pongo más o menos que tres porque no los uso en serio. Si no quiero que suene como un texto real, uso o dos o uso diez. En general el tres suena como ‘Ay, perdón, **premio Nobel, ponte cómodo**’. Sí Borges, sí.* (Milagros, FCG2, 31 años).

*“Los uso mal en el sentido de que **los uso solo al final**, no uso el primero, aunque sé que debería, pero no está tan fácil porque los tenés que buscar, ¿viste?”* (Alberto, FCG4, 64 años).

*“El de admiración lo uso bastante porque me parece que no es lo mismo que me digan: ‘Hola!! Cómo estás?’ y yo solo poner ‘Hola’. Entonces pongo “Hola!” con un signo y si le pongo cinco signos es que hace dos años que no hablo, pero me parece que si no le pongo nada es muy frío”.* (Juan, FCG4, 68 años).

*“Yo con los de interrogación **trato de usar los dos**, aunque haya que buscarlos, especialmente el de abrir. Con el de admiración me parece que si va al final da énfasis o le agrega como un toque de alegría a lo que estoy poniendo, o de complicidad”.* (María, FCG3, 47 años).

Pero los recursos paralingüísticos a analizar en esta tesina se polarizan en mayor medida cuando se trata del uso de emojis. Las mujeres dicen creer utilizarlos más que los hombres, y ellos en todos los casos estaban de acuerdo. Los mensajes que contengan emojis, entonces, creemos que se asociarán en mayor medida con el género femenino. Durante este debate surgieron temas como el uso de emojis en grupos compuestos únicamente por hombres, cómo cambia el uso de emojis en los hombres cuando comienzan a relacionarse más con mujeres en sus vidas diarias y el tema de la variedad.

*“Siento que hay una resistencia del género masculino a usar emojis, incluso en una época no los usaban, y después empezaron solo algunos. Pero me parece muy **claro cuando hablo con un varón o con una mujer**, quiénes usan stickers y quiénes no”.* (Isabella, FCG1, 23 años).

*“Mi papá me manda el dedo para arriba, como el ok. Pero es básicamente el único mensaje que me manda siempre y su respuesta a todo lo que le digo. Pero sino, **los emojis más expresivos que digamos no los veo**. No veo a los hombres usándolos”.* (Josefina, FCG1, 22 años).

*“Él [su novio] conmigo usa holi, pero en su grupo de amigos el único que usa holi es el único que es gay. Y en cuanto a los emojis, conmigo los usa, pero con sus amigos no. **Entre pibes no**”.* (Mariana, FCG3, 43 años).

*“O sea, para mi **la diferencia está en la variedad**. Sobre ese tema pienso que puede ser más femenino el tema de usar distintos emojis, yo siento que mis amigos manejan cinco o seis emojis en total pero que las mujeres usan más”.* (Fernando, FCG4, 62 años).

*“Tengo un montón de conocidos que me doy cuenta de que usan muchísimos menos emojis que las mujeres, o que te das cuenta de que **los empezaron a usar a partir de que entró una mujer a su vida**. Y es re claro... es clarísimo cuando cuando eso pasa”.* (Dalmiro, FCG2, 30 años).

Además, se preguntó cuál emoji asociaban como más femenino o masculino. Entre los femeninos se mencionaron los corazones, las flores, los brillitos, las sonrisas con corazones a los costados y las sonrisas sonrojadas. Entre los masculinos se nombraron los de las manos haciendo signos de



“okay” o de “muy bien”, dando la pauta de que los emojis sin mucha carga emocional son los “permitidos” para los hombres a la hora de escribir *online*.

*“Mi mamá manda corazones u 878 florcitas y brillitos y mi papá no te manda eso. Tiene un sticker de una pistola que manda siempre, pero nada más”*. (Fernanda, FCG3, 41 años).

*“O sea que los que muestran sentimientos nosotros no podemos usarlos [se ríe]”*. (Pedro, FCG1, 23 años).

En resumen, en los focus groups se debatió sobre el uso de los distintos recursos paralingüísticos que analizaremos con relación al género. Si bien todos son utilizados por ambos géneros binarios, algunos son asociados en mayor medida con uno de ellos (el uso de emojis y signos de exclamación con las mujeres y la abreviación y brevedad de los mensajes con los hombres), mientras que con otros no es tan claro (el alargamiento de las palabras y el uso de signos de interrogación).

## II. Encuestas

### Información de la muestra

A partir de la información recolectada en los focus groups, se formuló una encuesta que se difundió a mayor escala. Gracias a la difusión en redes de mensajería y redes sociales, logramos sumar un total de 286 respuestas. Nuestra muestra se compone de un 66,8% de mujeres, un 32,2% de hombres y un 1% de participantes que prefirieron no especificar su género.

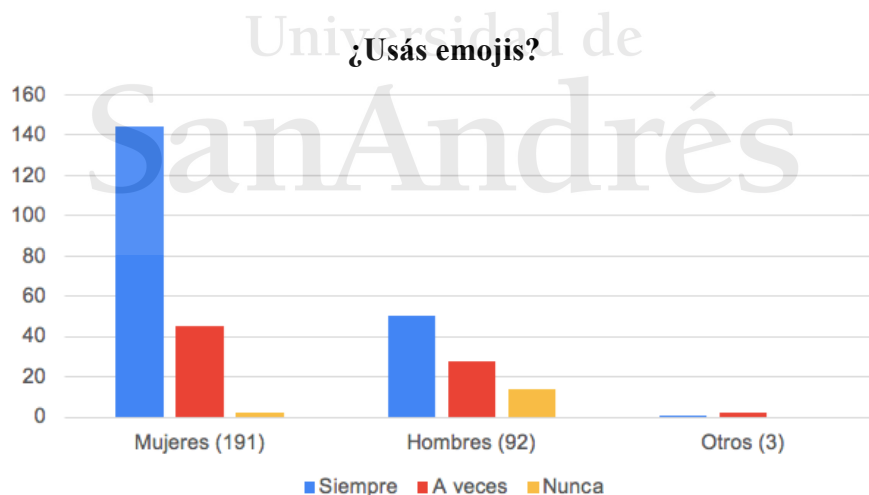
El 57% de los participantes son habitantes de la provincia de Buenos Aires (tanto de la Capital Federal como de los alrededores) mientras que el 43% restante se trata de habitantes del resto del país. Si bien en cuanto al género y ubicación de los participantes nuestra muestra se puede considerar heterogénea, la muestra no es tan variada cuando se trata del grupo etario. Del total, la encuesta se completó por una gran mayoría de participantes *Centennials* (entre 18 y 25 años), sumando el 63,6% del total. En cuanto al grupo que les sigue en edad, los *Millennials* (entre 26 y 40 años), ellos ocupan el segundo puesto en respuestas representando a un 28% de la muestra. El



problema se encuentra en los dos grupos de adultos mayores: la encuesta logró atraer a un 4,9% de *Baby Boomers* (entre 56 y 60 años) y, en último lugar a un 3% de participantes de la generación X (entre 41 y 55 años).

### Preguntas introductorias

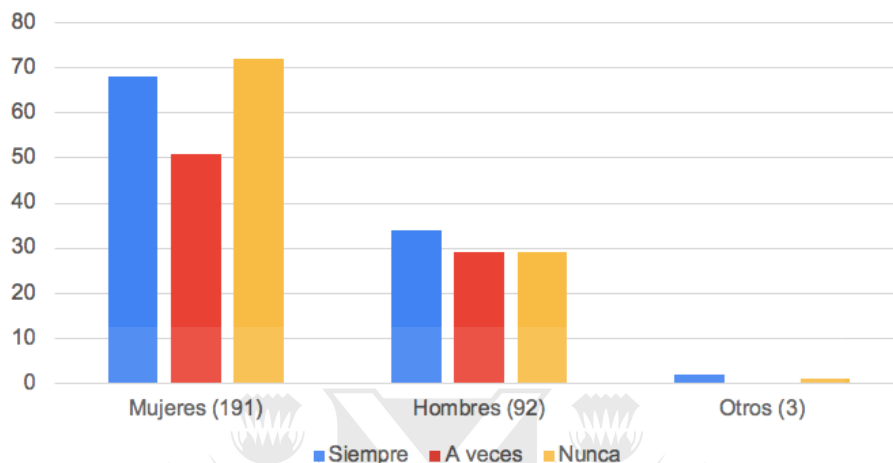
En primer lugar, se le preguntó al encuestado sobre su uso personal de **emojis**. Los resultados nos sorprendieron ampliamente al demostrar un gran uso de ellos por ambos géneros binarios. Un 54,3% del total de los hombres afirma utilizarlos con frecuencia y un 30,4% dice utilizarlos de vez en cuando, llegando a un 74,3% respuestas positivas de su parte. Esto nos deja únicamente con un 15,2% de los participantes hombres que dice no usarlos nunca. Pero no sucede lo mismo con las mujeres: el 75,4% de ellas contestó utilizarlos con frecuencia, un 23,5% solo a veces, dejando a la última opción de “nunca” en un 1,05% del total. Este último dato es muy contrastante con el 15% de los hombres que contestan no utilizarlos, pero además nos parece interesante de por sí, ya que de las 191 mujeres encuestadas ese 1,05% refleja la opinión de solo dos de ellas.



En segundo lugar, se les preguntó a los distintos participantes sobre su frecuencia de uso de las **abreviaciones** (“XQ” para decir “por qué”, “Q” para decir “qué”, etc.). Ante esta pregunta, nos topamos con resultados más homogéneos entre hombres y mujeres. Sin embargo, el 37% de los hombres votó que sí abrevia las palabras mientras que el 37% de las mujeres contestó no hacerlo.

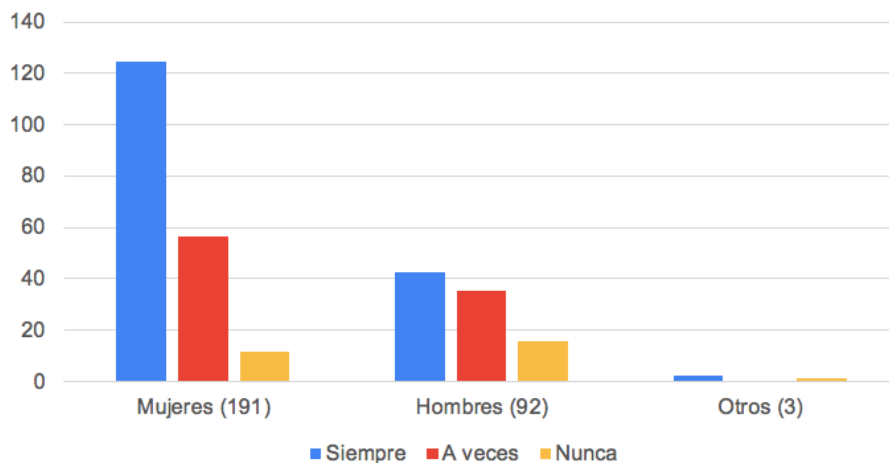
Esto refleja la pequeña diferencia en el uso de las abreviaciones, también observada en los focus groups.

### ¿Abreviás las palabras?



En el tercer y último lugar se preguntó sobre el uso de la repetición de letras en las palabras en un contexto informal, también conocido como **alargamiento**. En el gráfico que se encuentra a continuación podemos observar una gran cantidad de respuestas positivas por los géneros binarios. Ambos optaron por respuestas positivas en el alargamiento de las palabras: un 62% de las mujeres contesta alargarlas siempre y un 30% a veces mientras que los hombres el 45% contesta alargarlas siempre y 41% a veces.

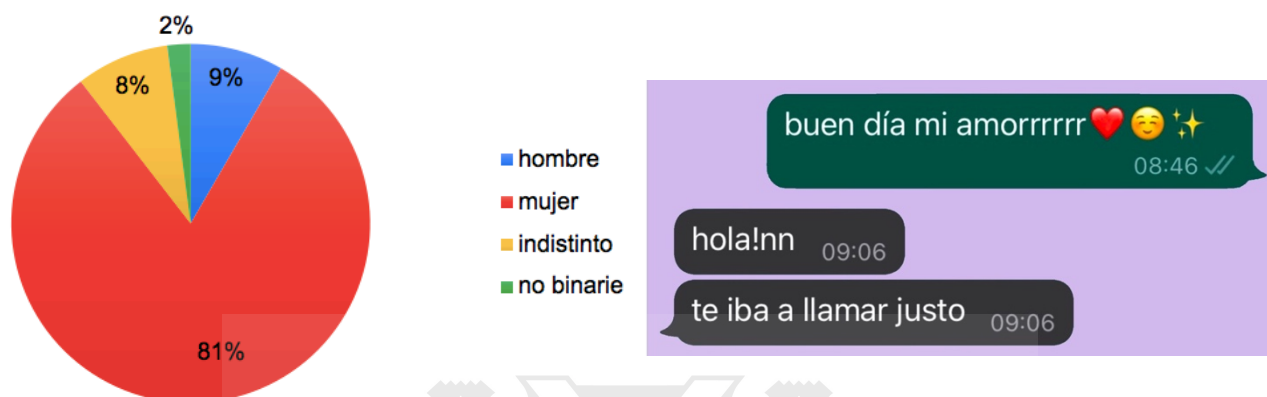
### ¿Alargás las palabras con muchas letras?



## Asignación del género

### Tests de asignación del género:

#### Extracto número 1

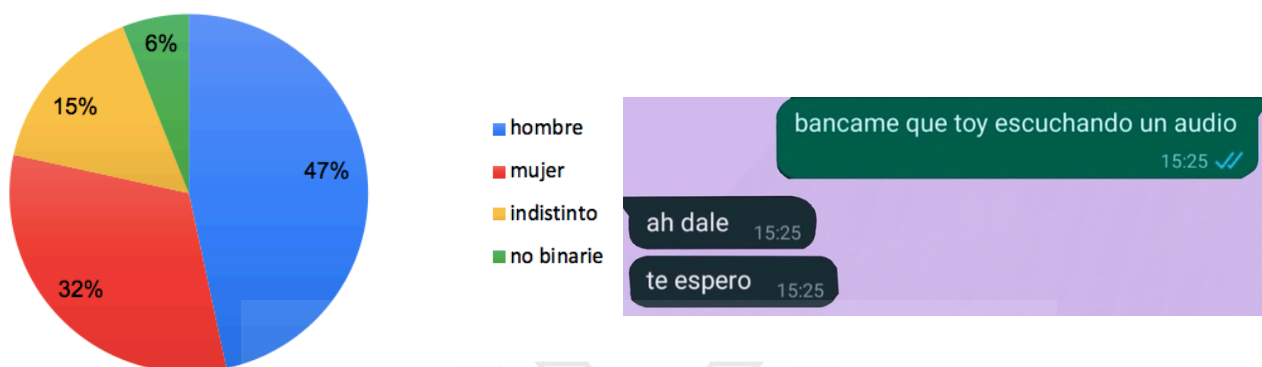


En el primer test de asignación de género nos encontramos con una gran mayoría de votos hacia el género femenino: el 81% de los encuestados construyeron una imagen femenina del emisor del mensaje a analizar. Se trata de un mensaje con repetición de letras seguido por un emoji de un corazón, una carita sonrojada y unos brillos, que, como surgió en los focus groups, todos ellos son asociados con el género que recibió la mayoría de los votos. El mensaje en sí es un mensaje de buenos días, capaz de ser enviado por cualquier género, pero el género masculino solo consiguió juntar un 9% de votos y solo un 2% opinan que el emisor puede identificarse como no binarie.

Si bien en el test se analizan los mensajes de fondo verde (los que se encuentran a la derecha), es importante mencionar que la continuación del diálogo podría llegar a orientar al encuestado a la inferencia del género del otro interlocutor. Es decir que la respuesta que reciba el emisor del mensaje a analizar también puede significar algo para la inferencia de su género. De todos modos, en cuanto a los recursos paralingüísticos a analizar, los resultados de este test nos

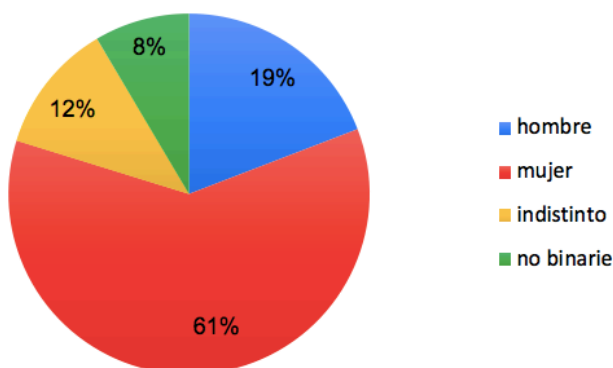
hacen pensar que es posible inferir (relacionando este ejemplo con lo visto anteriormente) que los emojis orientan a percibir un discurso como más femenino.

### Extracto número 2



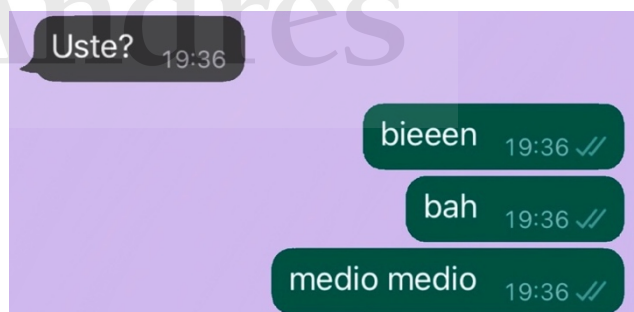
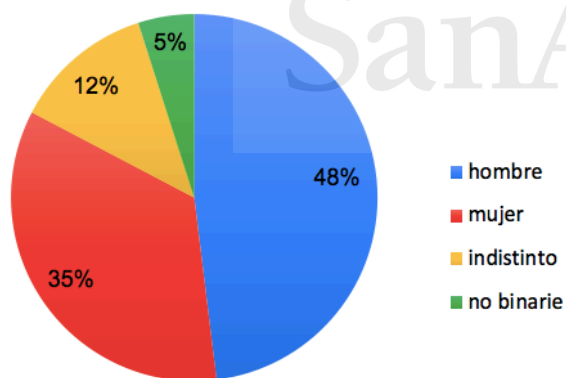
En el segundo test nos topamos con un 47% votos hacia el género masculino como emisor del mensaje. En este caso se trata de un mensaje muy simple y directo en el que no se hace uso de ningún recurso paralingüístico más allá que la abreviación de la palabra “estoy” con “toy”. En concordancia con lo discutido previamente, podemos decir que la mayoría de los encuestados relacionaron el uso de abreviaciones y la brevedad del mensaje con el género masculino, ya que el texto del mensaje no contiene ningún tipo de pista (o temática estereotípica de algún género en particular) que nos haga pensar en ningún género en especial.

### Extracto número 3



En el tercer extracto existe una predominancia de votos hacia el género femenino al igual que en el primer extracto, esta vez con un 61% de votos. Aquí se muestra una repetición de signos de exclamación en una respuesta a un audio. Si bien ambos géneros binarios son reconocidos por hacer uso de los signos de puntuación, parecería ser que la buena actitud, energía y emoción que transmite un mensaje con muchos signos de exclamación le transmite a la mayoría de los participantes una imagen más femenina.

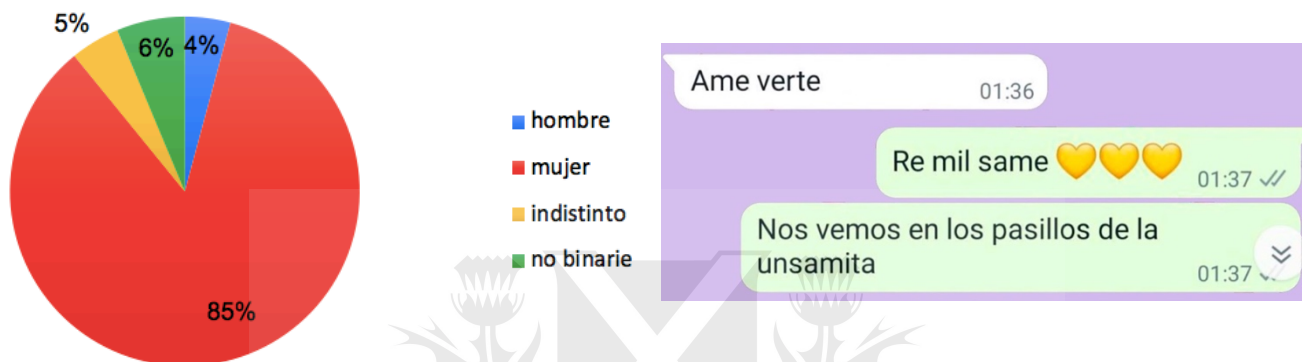
### Extracto número 4



En el siguiente test presentamos un intercambio muy simple en un chat donde hay un uso de repetición de letras y de palabras. Aquí nos encontramos con una mayoría de respuestas inclinadas hacia el género masculino (un 48%) y un poco menos inclinadas hacia el femenino (un 35%). La mayoría de votos hacia el género masculino nos hace pensar que la imagen que transmite esté

relacionada a la brevedad en el mensaje o a la falta de otros recursos paralingüísticos que utilizarían estereotípicamente relacionados a las mujeres en un intercambio en redes de mensajería instantánea.

### Extracto número 5



Es en el quinto test donde nos encontramos con una mayoría muy amplia de votos hacia un género en específico más que en cualquier otro fragmento de conversación. Parece no haber dudas entre los encuestados de que se trata de un emisor/a mujer, lo cual se lo asignamos completamente a su uso de tres emojis de corazones ya que no encontramos otra marca de género en el fragmento. Es interesante pensar, que, en verdad, se trata de un mensaje emitido por un varón y solo un 4% de los 286 participantes votó esa opción.

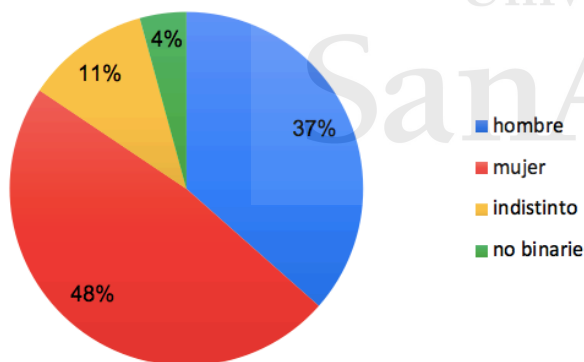
### Extracto número 6



En el sexto test de asignación del género se presentó una captura de pantalla de un audio de cuatro minutos. Este audio no era posible de escuchar, se pensaba investigar la imagen que le surgía al encuestado sobre un individuo que utilice audios relativamente largos para comunicarse por WhatsApp. Si bien un 13% votó por indistinto, otro 13% por hombre y un 8% por no binarie, la gran mayoría de los votos, un 66% de ellos, fueron para el género femenino.

Mientras que en el extracto número 4 se asoció la brevedad de los mensajes con el género masculino, en este caso que el mensaje es más extenso, se lo asoció en mayor parte con el género femenino. A falta de cualquier otra indicación en el chat más allá de un audio largo (capaz de ser enviado por cualquier género), no nos queda nada más que pensar que todo participante que votó “mujer” se basó plenamente en el estereotipo de “mujer que habla mucho”. Sabiendo que quien aportó el extracto de conversación se identifica como hombre nos da mucho para pensar.

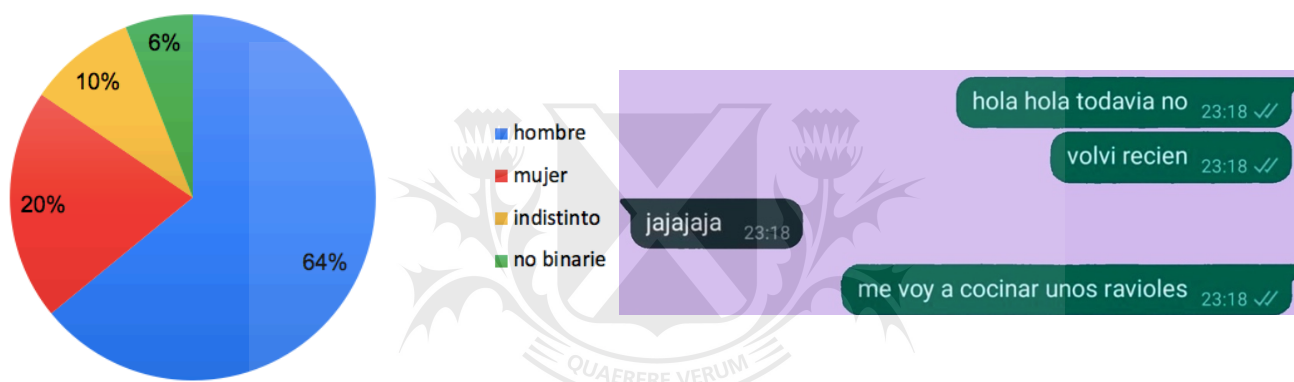
### Extracto número 7



A diferencia de lo que esperábamos encontrar en este caso, si bien las mujeres obtuvieron la mayoría de los votos con un 48%, una gran cantidad de participantes seleccionaron la opción de hombre para definir la identidad de género del emisor del mensaje. Este caso se trata de un mensaje donde se hace uso de muchos signos de exclamación y de una gran cantidad de emojis sonrientes.

Como mencionamos previamente, los emojis y la repetición de signos de exclamación son percibidos como “más femeninos”. Sin embargo, como vimos en el Estado del arte, los emojis sonrientes no llevan la carga de un estereotipo de género marcado: son atribuidos a ambos géneros por igual. No está de más decir que un 11% opinó que le parecía indistinto. Con esto queremos decir que, si bien existe una mayoría de votos hacia la forma de escribir de las mujeres, este caso no es tan claro como los otros.

### Extracto número 8



Por último, el octavo test es el único caso en donde más de la mitad de nuestra muestra votó al género masculino como emisor del mensaje. El fragmento que seleccionamos muestra una conversación en donde no se hace uso de ningún recurso paralingüístico: ni repetición de letras, ni signos de puntuación, ni emojis, ni audios. En este caso, el 64% de los encuestados seleccionó al género masculino, de alguna manera, asociándolo como el género caracterizado por no hacer uso de ningún otro recurso para comunicarse. Una vez más, al igual que en el extracto número 4, la falta de recursos paralingüísticos y la simplicidad del mensaje parecería ser los determinantes del género. También podríamos adjudicárselo a la longitud y simpleza del mensaje: muy breve o, como algunos dirían, “frío”.

## VII. Conclusiones e implicancias



Al comienzo de nuestra tesina nos preguntábamos si los recursos paralingüísticos que utilizamos generalmente acompañando un texto en WhatsApp (emojis, signos de puntuación, repetición de letras o abreviación de palabras) nos otorgan indicios claros sobre el género con el que se identifica un hablante a quien no conocemos. A esto podemos contestar que sí: los recursos paralingüísticos que elegimos para comunicarnos a través de WhatsApp ayudan a conformar la imagen del emisor y, con ella, su género. Pero no siempre el género que se conforma coincide con el que se identifica el sujeto. En otras palabras, en esta tesina logramos encontrar que lo que se impone a la hora de conformar una imagen discursiva virtual son los estereotipos de género y no necesariamente el género con el que se identifica la persona.

Los estereotipos, como vimos previamente, se caracterizan por ser útiles para clasificar y agrupar individuos en grupos que posteriormente nos simplificarán cuestiones cognitivas en el día a día. Pero, además, se caracterizan por ser planos, fijos en el tiempo y sobre todo, superficiales. Los seres humanos, por otro lado, nos caracterizamos por ser todo lo contrario: profundos y complejos, es imposible agruparnos en pequeñas categorías que nos definan a todos por igual. Esto lo podemos observar en los tests de asignación del género, donde la mitad de los extractos fueron asociados con un género diferente al que se identificaban verdaderamente.

A pesar de encontrar que nuestra pregunta de investigación es más compleja de lo esperado, nuestra primera hipótesis fue confirmada. En ella nos encargamos de delimitar lo que pensábamos que se asociaría más como una escritura femenina y lo que se asociaría más como una escritura masculina. Nos basamos en el estereotipo de la mujer alegre y dispuesta a conversar que muestra emoción con muchos signos de exclamación y repetición de letras, mujer que demuestra amor y empatía con emojis de corazones y caritas sonrojadas y de mujer que habla mucho y hace audios de 4 minutos. Con los hombres, en la H1b, nos basamos en el estereotipo contrario al de las

mujeres: al hombre “austero y desinteresado en mantener una conversación”, que escribe abreviando las palabras o haciendo oraciones cortas y que por momentos suena “frío”, que no demuestra mucha emoción y por esa razón no hace uso de signos de exclamación ni de emojis, en lo posible. Esta hipótesis se confirmó con los resultados de las encuestas que, en su mayoría, asocian el uso o no uso de los recursos paralingüísticos delimitados con los géneros binarios.

Las respuestas de la encuesta, además, demostraron que no existe mayor sensibilidad en ningún rango etario para acertar al género con el que se identifica el emisor del mensaje, refutando nuestra segunda hipótesis. Los participantes entre 18 y 25 años fueron el grupo que más respuestas de “indistinto” escribió en comparación con el resto de la muestra mientras que los grupos de 41 en adelante no solo tuvieron baja cantidad de respuestas de “indistinto”, sino que también tuvieron muy pocas respuestas hacia el grupo de no binarios. Es interesante pensar por qué es menos improbable para los mayores de 40 años en pensar en elegir identidades no binarias como opción.

Esto último nos lleva a hablar sobre nuestra tercera y última hipótesis que proponía que los fragmentos de conversaciones de las identidades no binarias serían asociadas en mayor medida con algún género binario por todos los rangos etarios. Esta hipótesis fue confirmada en todos los fragmentos de conversaciones de ellos<sup>8</sup>. La imagen que transmiten las identidades no binarias en su forma todavía es asociada con los estereotipos de género masculinos o femeninos, es decir que no existen estereotipos de género no binarios que hagan que las personas lean un fragmento sin información del emisor y sepan cómo se identifican realmente.

Si bien nuestra tesina resultó obtener conclusiones interesantes en cuanto al uso de recursos paralingüísticos y la construcción del género en la virtualidad, también nos resulta importante aclarar sus limitaciones. Es importante reconocer que, a pesar de que nuestra investigación se basó

---

<sup>8</sup> Extracto número 2 y 4.

en el análisis de una cierta cantidad de recursos paralingüísticos en el habla, la imagen se construye con ayuda de muchos recursos más. Nosotros nos aseguramos de que no hubiera pistas en los temas de conversación ni en el uso de pronombres entre los interlocutores del test de género, pero somos incapaces de saber si el encuestado seleccionó el género del emisor a partir del uso o no uso de esos recursos paralingüísticos o si se guio por algo más.

Otra limitación fue el uso de la opción de “otro” para escribir “indistinto” en el test de asignación de género en vez de seleccionar alguna de las otras opciones. Si bien fue intencional de nuestra parte no asignar la opción de “indistinto” como una más entre los géneros (para motivar al encuestado a seleccionar un género binario o no binario), no nos parece que los resultados habrían sido los mismos si todos los participantes hubiesen sabido que era posible escribir eso en el apartado de “otro”.

La última limitación es que, a pesar de tener una muestra relativamente grande con participación de los distintos géneros y participantes de distintas partes del país, las edades fueron bastante homogéneas, dejando un grupo muy grande de participantes menores de 25 años. Además, no tuvimos en cuenta variables como el nivel socioeconómico de los encuestados y participantes del focus group, factor que puede ser determinante en cómo se ve e interpreta el lenguaje.

En cuanto a cómo se puede seguir investigando este tema, la respuesta es de infinitas maneras. No solo se pueden tener en cuenta las implicancias de este trabajo y trabajar sobre ellas para ver si se consiguen distintos resultados, sino que también se pueden sumar más recursos paralingüísticos para evaluar (como los stickers, las mayúsculas y las minúsculas o lo más reciente de WhatsApp que es reaccionar a los mensajes) como también se podría analizar la parte más sintáctica o de uso del léxico y ver si existe alguna diferencia entre géneros. Además, se podría

dejar de lado la variable del género y se podría estudiar la conformación de la edad del emisor del mensaje según su uso de determinados recursos del habla.

El género y la forma de utilizar el lenguaje para referirnos a los demás es un tema que se encuentra en auge en Argentina hace unos años. Es por eso que consideramos que es un gran momento trabajar con distintas teorías de referentes de la lingüística y el género para sacar conclusiones de dónde vienen esas formas de escribir “más femeninas” o “más masculinas” y lo que puede suceder a partir de estas construcciones culturales. Los estereotipos, como explicamos anteriormente, pueden funcionar como una forma de violencia y su pregnancia en la sociedad puede llevar a lo que Amossy y Herschberg (2001, p. 42) llaman un “circulo vicioso”. Allí los grupos segregados por un estereotipo son incapaces de demostrar su verdadera forma de ser porque viven bajo prejuicios y construcciones sociales implantadas en la sociedad que, al ser discriminados constantemente, les prohíbe acceder a recursos u oportunidades para demostrar lo contrario. Los estereotipos nos pueden agrupar de manera muy genérica y arbitraria, sin sustento lógico que nos pueden llegar a perjudicar a largo plazo. Es por esto que nos parece importante discutir este tema, concientizar y que seguir ampliando este tema a futuro.

## VIII. Bibliografía

**Amossy, R., & Herschberg Pierrot, A.** (2001). *Estereotipos y clichés*. Buenos Aires: Eudeba.

**Beauvoir, S.** (1949). *Le deuxième sexe*. Paris: Gallimard.

**Bischoping, K.** (1993). Gender differences in conversation topics, 1922-1990. *Sex Roles*, 28, 1-18. Recuperado de <https://link.springer.com/article/10.1007/BF00289744>, visitado el 18/07/2022.

**Butterworth SE, Giuliano TA, White J, Cantu L & Fraser KC.** (2019). Sender Gender Influences Emoji Interpretation in Text Messages. *Front. Psychol.* 10:784. doi: 10.3389/fpsyg.2019.00784. Recuperado de

[https://www.researchgate.net/publication/332229199\\_Sender\\_Gender\\_Influences\\_Emoji\\_Interpretation\\_in\\_Text\\_MessagesData\\_Sheet\\_1PDF](https://www.researchgate.net/publication/332229199_Sender_Gender_Influences_Emoji_Interpretation_in_Text_MessagesData_Sheet_1PDF), visitado el 18/07/2022.

**Butler, J.** (1999). *Gender trouble*. Segunda edición. New York: Routledge.

**Butler, J.** [Big Think] (2011). *Judith Butler: Your Behavior Creates Your Gender* | Big Think [Video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=Bo7o2LYATDc>, visitado el 19/07/2022.

**García Lorca, F.** (1978). *El Público y Comedia sin título*. Barcelona: Seix Barral.

**Gamarnik, C.** (2009). *Estereotipos sociales y medios de comunicación: un círculo vicioso*. Buenos Aires.

**Goffman, E.** (1959). *The presentation of self in everyday life*. New York: Anchor Books.

**Güvendir, E.,** (2015). Why are males inclined to use strong swear words more than females? An evolutionary explanation based on male intergroup aggressiveness, *Language Sciences*, <http://dx.doi.org/10.1016/j.langsci.2015.02.003>. Recuperado de:

[https://www.researchgate.net/publication/320711460\\_Why\\_are\\_males\\_inclined\\_to\\_use\\_strong\\_swear\\_words\\_more\\_than\\_females\\_An\\_evolutionary\\_explanation\\_based\\_on\\_male\\_intergroup\\_aggressiveness](https://www.researchgate.net/publication/320711460_Why_are_males_inclined_to_use_strong_swear_words_more_than_females_An_evolutionary_explanation_based_on_male_intergroup_aggressiveness), visitado el 18/07/2022.

**Herring**, S. C., & Paolillo, J. C. (2006). Gender and genre variation in weblogs. *Journal of Sociolinguistics*, 10(4), 439-459. Recuperado de <https://psycnet.apa.org/record/2006-10821-001>, visitado el 18/07/2022.

**Koch**, T., Romero, P., & Stachl, C. (2021). Age and gender in language, emoji, and emoticon usage in instant messages. *Computers In Human Behavior*, 126, 106990. doi: 10.1016/j.chb.2021.106990. Recuperado de [https://www.researchgate.net/publication/353974799\\_Age\\_and\\_gender\\_in\\_language\\_emoji\\_and\\_emoticon\\_usage\\_in\\_instant\\_messages](https://www.researchgate.net/publication/353974799_Age_and_gender_in_language_emoji_and_emoticon_usage_in_instant_messages), visitado el 18/07/2022.

**Lakoff**, R. (1973). *Language and Woman's Place*. Oxford: Oxford University Press.

**Ling**, R., Baron, N., Lenhart, A., & Campbell, S. (2014). "Girls Text Really Weird": Gender, Texting and Identity Among Teens. *Journal Of Children And Media*, 8(4), 423-439. doi: 10.1080/17482798.2014.931290. Recuperado de [https://www.researchgate.net/publication/280211953\\_Girls\\_Text\\_Really\\_Weird\\_Gender\\_Texting\\_and\\_Identity\\_Among\\_Teens](https://www.researchgate.net/publication/280211953_Girls_Text_Really_Weird_Gender_Texting_and_Identity_Among_Teens), visitado el 18/07/2022.

**Lippman**, W. (1922). *Public opinion*. New York: Classic Books America.

**Mayntz**, R. (1993). *Introducción a los métodos de la Sociología empírica*. Madrid: Alianza Universidad.

**Mills**, S. (2003). *Gender and politeness*. Cambridge: Cambridge University Press.

**Mohammadi**, M., Eini Roumiani, M., & Hekmatshoar Tabari, B. (2014). Gender Tendency Towards Using Taboo Words Among University Students. *Journal of Advances in Linguistics*, 3(2), 203-207. doi: 10.24297/jal.v3i2.2081. Recuperado de [https://www.researchgate.net/publication/330945670\\_Gender\\_Tendency\\_Towards\\_Using\\_Taboo\\_Words\\_Among\\_University\\_Students](https://www.researchgate.net/publication/330945670_Gender_Tendency_Towards_Using_Taboo_Words_Among_University_Students), visitado el 18/07/2022.

**Newman, M., Groom, C., Handelman, L., & Pennebaker, J. (2008).** Gender Differences in Language Use: An Analysis of 14,000 Text Samples. *Discourse Processes*, 45,211–236.

Recuperado de <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/01638530802073712>, visitado el 18/07/2022.

**Oleszkiewicz, A., Karwowski, M., Pisanski, K., Sorokowski, P., Sobrado, B., & Sorokowska, A. (2017).** Who uses emoticons? Data from 86 702 Facebook users. *Personality And Individual Differences*, 119, 289-295. doi: 10.1016/j.paid.2017.07.034. Recuperado de

<https://psycnet.apa.org/record/2017-40690-052>, visitado el 18/07/2022.

**Palazzo, G. (2010).** *La juventud en el discurso: representaciones sociales, prensa y chat*. San Miguel de Tucumán: Facultad de Filosofía y Letras, Universidad Nacional de Tucumán.

Disponible en <https://www.aacademica.org/gabriela.palazzo/35.pdf> , visitado el 18/07/2022.

**Pérez-Sabater, C. (2019).** Emoticons in Relational Writing Practices on WhatsApp: Some Reflections on Gender. *Analyzing Digital Discourse*, 163-189. doi: 10.1007/978-3-319-92663-6\_6. Recuperado de

[https://www.researchgate.net/publication/327976173\\_Emoticons\\_in\\_Relational\\_Writing\\_Practices\\_on\\_WhatsApp\\_Some\\_Reflections\\_on\\_Gender\\_New\\_Insights\\_and\\_Future\\_Directions](https://www.researchgate.net/publication/327976173_Emoticons_in_Relational_Writing_Practices_on_WhatsApp_Some_Reflections_on_Gender_New_Insights_and_Future_Directions),

visitado el 18/07/2022.

**Prada, M., Rodrigues, D., Garrido, M., Lopes, D., Cavalheiro, B., & Gaspar, R. (2018).** Motives, frequency and attitudes toward emoji and emoticon use. *Telematics And Informatics*, 35(7), 1925-

1934. doi: 10.1016/j.tele.2018.06.005. Recuperado de

<https://www.semanticscholar.org/paper/Motives%2C-frequency-and-attitudes-toward-emoji-and-Prada-Rodrigues/d2cbfc688b23e941e4551f88b249bd6fc383a4b2>, visitado el 18/07/2022.

**Ramírez Gelbes, S. (2018).** *El discurso híbrido* (1st ed.). Buenos Aires: Ampersand.

**Rao, D., Yarowsky, D., Shreevats, A., & Gupta, M. (2010).** Classifying latent user attributes in twitter. *Proceedings Of The 2Nd International Workshop On Search And Mining User-Generated Contents - SMUC '10*. doi: 10.1145/1871985.1871993. Recuperado de <https://dl.acm.org/doi/10.1145/1871985.1871993>, visitado el 18/07/2022.

**Tossell, C., Kortum, P., Shepard, C., Barg-Walkow, L., Rahmati, A., & Zhong, L. (2012).** A longitudinal study of emoticon use in text messaging from smartphones. *Computers In Human Behavior, 28*(2), 659-663. doi: 10.1016/j.chb.2011.11.012. Recuperado de <https://www.semanticscholar.org/paper/A-longitudinal-study-of-emoticon-use-in-text-from-Tossell-Kortum/c2bb4fe662298af31e3a9b1a072ac42d686b4019>, visitado el 18/07/2022.

**Wang, Y., Burke, M., & Kraut, R. (2013).** Gender, topic, and audience response. *Proceedings Of The SIGCHI Conference On Human Factors In Computing Systems*. doi: 10.1145/2470654.2470659. Recuperado de <https://dl.acm.org/doi/10.1145/2470654.2470659>.

**Weisberg, Y. J., DeYoung, C. G., and Hirsh, J. B. (2011).** Gender differences in personality across the ten aspects of the Big Five. *Front. Psychol. 2*:178. doi: 10.3389/fpsyg.2011.00178. Recuperado de <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fpsyg.2011.00178/full>, visitado el 18/07/2022.

**Wolf, A. (2000).** Emotional expression online: Gender differences in emoticon use. *CyberPsychology & Behavior, 3*, 827–833.



## XIX. ANEXOS

### I. ANEXO I – Focus groups

#### a. Transcripción de la guía de preguntas utilizadas en los focus groups:

- En WhatsApp, ¿hablan de la misma manera con todos? Es decir: hablan/escriben de la misma manera con sus amigos que con un compañero de la facultad/trabajo que les asignaron a trabajar juntos? ¿En que se diferencia? ¿Por qué sí? ¿Por qué no?
- ¿Utilizan los mismos recursos paralingüísticos (stickers, emojis, abreviaciones, muchas letras/signos) con los conocidos y los desconocidos?
- ¿Creen que los hombres y las mujeres escribimos de la misma manera online o distinto? ¿Por qué? ¿Por qué no?
- ¿Hacemos mismo uso de emojis/stickers entre sexos? ¿Y que tal de formas de escribir (abreviaciones, muchas letras)?
- ¿Creen que hay emojis que son mas específicamente para mujeres y otros para hombres?
- ¿Como mujeres sienten una presión indirecta de usar estos emojis “femeninos”? ¿Como hombres sienten una presión indirecta de no usar emojis, recursos femeninos, en cualquier chat?
- Antes de terminar: ¿tienen algo que quieran agregar?

#### b. Grillado de focus groups

Número	1	2	3	4
Cantidad de participantes	6	6	4	4
Edades	19-24	25-40	41-54	55-62

Preguntas	FCG1 Centennials	FCG2 Millennials	FCG3 Generación X	FCG4 Baby Boomers
<p><b>Formas de hablar por WhatsApp</b></p>	<p><i>Moderadora: en WhatsApp, ¿hablan de la misma manera con todos?</i></p> <p>“No, en mi caso tengo varios estilos, o sea con los conocidos en minúsculas y alargó las palabras, las letras. Y, por ejemplo, con personas, no sé. Jóvenes, compañeros de la facultad, pero que no conozco. No llegué a esa relación, escribió con mayúscula, más o menos bien, con signos de exclamación cuando hablo con profesores y/o padres del colegio. O con futuros clientes, todo bien escrito con signos de exclamación”.</p> <p>“Para mí depende mucho. No se trata si la gente es desconocida, sino que depende de la edad. Porque si son jóvenes que no conozco de la facultad, como dijo ella o gente que sé que puedo acortar palabras. Y esas cosas no usan mayúscula, (porque yo tengo la mayúscula desactivada) y tengo otra forma de usarlo. Bueno, así signos de exclamación que no los uso y esas cosas”.</p>	<p><i>Moderadora: en WhatsApp, ¿hablan de la misma manera con todos?</i></p> <p>“No, no, de hecho, me parece como que con todas las personas se genera un código común con el interlocutor. Eso por un lado y por el otro lado me parece que depende mucho de las jerarquías de poder que hay en los grupos. O sea, no es lo mismo que hablar en un grupo de trabajo o con una persona con la que hablas por primera vez, que si de repente estoy hablando con mi amigo”.</p> <p>“O sea, depende mucho de qué tanto uso haga la otra persona de estas herramientas, de qué tanto Internet tenga encima si uso stickers o emojis, pero acá toda la gente con la que yo chateo nadie me va a ver usar un sticker o emoji nunca”</p>	<p><i>Moderadora: en WhatsApp, ¿hablan de la misma manera con todos?</i></p> <p>“No, definitivamente no. En WhatsApp tengo distintos grupos y con los distintos grupos hablo de costas distintas y de maneras distintas [se ríe]”.</p> <p>“Yo siento que hablo de manera más formal con la gente del trabajo o con mis familiares más grandes, o sea, no le mando cualquier sticker a mi abuela”.</p> <p>“En mi caso trato de mantener un estilo parecido con todos, tipo, no cambio mucho si es con mi familia o con mis amigos. Cambio solamente cuando quiero transmitir algo distinto, o sea, si estoy contento escribo de una manera y si estoy enojado, de otra”.</p>	<p><i>Moderadora: en WhatsApp, ¿hablan de la misma manera con todos?</i></p> <p>“Yo hablo, por ejemplo, con los abogados o con los profesionales con los que tengo que hablar por mí trabajo, en general los trato de usted y no abrevio nada y con mis familiares o con amigos hablo en forma más informal”.</p>

<p><b>Alargamiento de palabras</b></p>	<p><i>Moderadora: ¿Alargan las palabras cuando envían mensajes informales por WhatsApp? ¿Por qué o por qué no?</i></p> <p>“El ‘sí’ con una sola i no lo uso nunca”.</p> <p>“Yo uso “siiii” o “sisi” pero, el “si” solo es raro”.</p> <p>“Yo creo que casi siempre uso más de dos letras. Para no quedar mal”.</p> <p>“Yo, por ejemplo, tengo a mi hermana menor que me molesta un montón cuando me pone: “Siii tee buscoo” y alarga todas las palabras. Pero sí, quizás al principio siempre empiezo el chat con “buenaas” u “holaaaa” o cosas del estilo para no sonar seca”.</p>	<p><i>Moderadora: ¿Alargan las palabras cuando envían mensajes informales por WhatsApp? ¿Por qué o por qué no?</i></p> <p>“Si, siempre alargo, hasta diría que me parece de mala educación no hacerlo”.</p> <p>“Yo alargo y creo que todo el mundo alarga, no creo que tenga que ver con la edad ni nada, es como para hacer que las cosas sean menos serias, más buena onda, ¿no?”</p>	<p><i>Moderadora: ¿Alargan las palabras cuando envían mensajes informales por WhatsApp? ¿Por qué o por qué no?</i></p> <p>“Sí, sobre todo para saludar o para despedirme. Me parece medio serio decir solamente ‘Hola’”.</p> <p>“Yo también alargo, de vez en cuando, como que estoy acostumbrado a hacerlo con mis amigos o con la gente que me cae bien. Si es para el trabajo no, o sea, si es con mi jefe voy a tratar de ser lo más cuidadoso posible siempre”.</p>	<p><i>Moderadora: ¿Alargan las palabras cuando envían mensajes informales por WhatsApp? ¿Por qué o por qué no?</i></p> <p>“Yo a veces sí, también alargo, como dice ella, para darle un poco más de énfasis. O que para mostrar estás más contento por algo que te dicen, pero no acorto”.</p> <p>“Más que un signo de admiración alargo. Me transmite eso de más cercanía, más afecto. Una cosa así. Y por lo general, nunca, nunca lo usó en un contexto de trabajo. Salvo con mi secretaria, claro”.</p>
<p><b>Abreviación de palabras</b></p>	<p><i>Moderadora: ¿Ustedes abrevian las palabras cuando hablan? ¿Quiénes creen que son los que más abrevian?</i></p> <p>“A veces uso el qué con q, pero muy pocas veces. Estaba viendo los mensajes de mi hermano menor y no es nada comunicativo. Me pone tipo: “Sí. Hola.</p>	<p><i>Moderadora: ¿Ustedes abrevian las palabras cuando hablan? ¿Quiénes creen que son los que más abrevian?</i></p> <p>“Tengo una prima que abrevia todo como en Fotolog y tiene mi edad y me pone muy mal cuando la leo. O sea, me da escalofríos leerla y no entiendo porque no</p>	<p><i>Moderadora: ¿Ustedes abrevian las palabras cuando hablan? ¿Quiénes creen que son los que más abrevian?</i></p> <p>“Depende si es algo formal, de laburo, con profesores o lo que sea no voy a estar abreviando. Pero yo si abrevio, no sé,</p>	<p><i>Moderadora: ¿Ustedes abrevian las palabras cuando hablan? ¿Quiénes creen que son los que más abrevian?</i></p> <p>“¿Abreviar? No tengo la costumbre, o sea, si quiero decir gracias y pongo la G, me sale el gracias arriba y lo</p>

	<p>Ok. Qué con una Q, por qué con XQ” o sea parece que no me quiere”.</p> <p>“Me pasa que en WhatsApp no me surge mucho [usar abreviaciones]. Sí uso muchas palabras de ‘slang’ [lunfardo]. Pero abreviando es como que como no abrevio cuando hablo, me cuesta mucho abreviar cuando escribo”</p> <p>“Yo sí, el Q y el XQ. Abrevio a veces, pero no sé, no sé cuál es el criterio”.</p>	<p>se dio cuenta que ya no se habla así”.</p> <p>“Tengo configuradas algunas palabras que cuando escribo la abreviación me las escribe enteras porque sino me da paja escribirlas, pero no me gusta que estén abreviadas”.</p> <p>“Los varones mandan mails tipo ok y entiendo que lo vieron. Pero bueno, a mi me pasa como como que digo, ay, mi mail se tiene que leer amable y efusivo. Esto para ellos no, solo dicen ok y listo”.</p> <p>“Para mi es re antiguo abreviar, pero a veces pongo tb para ‘también’ o q para ‘qué’”.</p>	<p>después como dsp, que se yo, cualquier cosa así. El por qué no sé por qué no lo escribo con la X, me molesta la X y escribo por y la Q sola”.</p> <p>“No, quizás alguna vez escribí Q, pero creo que no suelo usar por más que de que esté ocupada. Como viste que tengo activado ese que es predictivo”.</p> <p>“La verdad que ya sé que es un microsegundo escribir una palabra, así que siempre termino escribiéndola entera”.</p>	<p>toco. Ahí arriba no me sale el grcs”.</p> <p>“No, no lo hago. Eso sí, si quisiera dar un hacer un mensaje más apurada por ahí haría un audio. En general no abrevio”.</p> <p>“Eso me parece más de hombre, escribir más corto. Quizás pasa a veces que uno dice ‘ay, qué seco me contestó’, pero en realidad, capaz es que no es seco, sino que es más de hombre”</p>
<p><b>Signos de puntuación</b></p>	<p><i>Moderadora: ¿Usan signos de puntuación cuando hablan online? Es decir, signos de exclamación, interrogación, etc.</i></p> <p>“Me hacer acordar como a una tía que te pone todos los signos de exclamación tipo: Linda!!! Hermosa!!!”.</p> <p>“Yo creo que los signos de exclamación, ponele, cuando hablo con amigas los uso</p>	<p><i>Moderadora: ¿Usan signos de puntuación cuando hablan online? Es decir, signos de exclamación, interrogación, etc.</i></p> <p>“Para mí hay algo de cuando lees mensajes y tienen mal puestos los puntos que suena más viejo y como más raro. Ah, pero eso sí, si pongo puntos suspensivos pongo más o menos que tres porque no los uso en</p>	<p><i>Moderadora: ¿Usan signos de puntuación cuando hablan online? Es decir, signos de exclamación, interrogación, etc.</i></p> <p>“Yo con los de interrogación trato de usar los dos, aunque haya que buscarlos, especialmente el de abrir. Con el de admiración me parece que si va al final da énfasis o le agrega</p>	<p><i>Moderadora: ¿Usan signos de puntuación cuando hablan online? Es decir, signos de exclamación, interrogación, etc.</i></p> <p>“Los uso mal en el sentido de que los uso solo al final, no uso el primero, aunque sé que debería, pero no está tan fácil porque los tenés que buscar, ¿viste?”.</p>

	<p>irónicamente, pero es nuestra manera de hablar. Pero es un contexto que se entiende que no los estoy usando genuinamente. Ya nos entendemos”.</p> <p>“Mi vieja usa los puntos suspensivos mal y creo que ayer, anteayer le dije ‘Mamá, no uses más los puntos suspensivos’. Le dije así, ‘no uses más’, porque hasta mi novio me dijo “Che, me parece que tu mamá me quiso decir algo serio, importante”.</p>	<p>serio. Si no quiero que suene como un texto real, uso o dos o uso diez. En general el tres suena como ‘Ay, perdón, premio Nobel, ponte cómodo’. Sí Borges, sí.”.</p> <p>“Corríjanme si me equivoco, pero para mí, hay que usar todos los puntos correctos cuando el mensaje podría haber sido un mail. O sea, puede ser separado como ‘Hola’ y punto aparte. Pero ponelo, si estoy hablando con esa persona, estamos generando una conversación más sincrónica y me dice che, ¿como hago esto o esto otro? Y yo le digo ¿te parece que hagamos esto? Ese ‘¿Te parece?’ también usaría los signos para abrir y cerrar.</p>	<p>como un toque de alegría a lo que estoy poniendo, o de complicidad”.</p> <p>“Con la gente con la que hablo por primera vez, escribo con todos los signos de puntuación correctos, si no es muy informal”.</p>	<p>“El de admiración lo uso bastante porque me parece que no es lo mismo que me digan: ‘Hola!! Cómo estás?’ y yo solo poner ‘Hola’.</p> <p>¡Entonces pongo “Hola!” con un signo y si le pongo cinco signos es que hace dos años que no hablo, pero me parece que si no le pongo nada es muy frío”.</p> <p>“Hago más eso de alargar que de poner un signo de admiración”.</p>
<p><b>Emojis</b></p>	<p><i>Moderadora: ¿Usan emojis en las conversaciones? Y, ¿creen que los hombres y las mujeres usamos los mismos para comunicarnos?</i></p> <p>“Siento que hay una resistencia del género masculino a usar emojis, incluso en una época no los usaban, y después empezaron solo algunos. Pero me</p>	<p>Moderadora: ¿Usan emojis en las conversaciones? Y, ¿creen que los hombres y las mujeres usamos los mismos para comunicarnos?</p> <p>“Tengo un montón de conocidos que me doy cuenta de que usan muchísimos menos emojis que las mujeres, o que te das cuenta de que los empezaron a</p>	<p><i>Moderadora: ¿Usan emojis en las conversaciones? Y, ¿creen que los hombres y las mujeres usamos los mismos para comunicarnos?</i></p> <p>“Él [su novio] conmigo usa holi, pero en su grupo de amigos el único que usa holi es el único que es gay. Y en cuanto a los emojis,</p>	<p><i>Moderadora: ¿Usan emojis en las conversaciones? Y, ¿creen que los hombres y las mujeres usamos los mismos para comunicarnos?</i></p> <p>“O sea, para mi la diferencia está en la variedad. Sobre ese tema pienso que puede ser más femenino el tema de usar distintos emojis,</p>

	<p>parece muy claro cuando hablo con un varón o con una mujer, quiénes usan stickers y quiénes no”.</p> <p>“Mi papá me manda el dedo para arriba, como el ok. Pero es básicamente el único mensaje que me manda siempre y su respuesta a todo lo que le digo. Pero sino, los emojis más expresivos que digamos no los veo. No veo a los hombres usándolos”.</p> <p>“O sea que los que muestran sentimientos nosotros no podemos usarlos [se ríe]”.</p>	<p>usar a partir de que entró una mujer a su vida. Y es re claro, es clarísimo cuando cuando eso pasa”.</p> <p>“Mi mamá manda corazones u 878 florcitas y brillitos y mi papá no te manda eso. Tiene un sticker de una pistola que manda siempre, pero nada más”.</p> <p>“La carita con los corazoncitos así, súper tierna, la que esta sonrojada. ¿Cuándo un pibe usó esa?”.</p>	<p>conmigo los usa, pero con sus amigos no. Entre pibes no”.</p> <p>“Los corazones son bastante femeninos, a mi nadie me manda corazones al menos que me estén chamuyando”.</p> <p>“Yo siento que los pibes usan casi siempre los de las manitos”.</p> <p>“Creo que hay una cartera fija de emojis para la gente tal vez más mayor y entre nosotros va rotando. No sé”.</p>	<p>yo siento que mis amigos manejan cinco o seis emojis en total pero que las mujeres usan más”.</p> <p>“Y para mí también hay stickers o emoticones más femeninos. Siento yo, los que son de corazones o flores, pero yo qué sé”.</p> <p>“Con los del trabajo en general si me hablan por WhatsApp prefiero derivarlos a hablar por mail. Y en general no uso ningún emoticón ni nada con un profesional o con alguien que me habla por trabajo. En cambio, con un familiar o un amigo, puedo llegar a usar stickers y eso”.</p>
--	--	---	---	---

## II. ANEXO II

### Encuesta:

#### Encuesta tesis de grado UdeSA

¡Hola! Antes que nada, muchas gracias por clickear en la encuesta, tu aporte será de mucha ayuda.

La información (completamente confidencial) de esta encuesta, será utilizada para nuestro trabajo de graduación de la carrera de Comunicación en la Universidad de San Andrés.

En esta encuesta no hay un verdadero o falso, la idea es que cada quien conteste a partir de su primera impresión y con sinceridad. Tu aporte será muy agradecido y no será utilizado para nada más que fines académicos.

No te tomará más de 10 minutos :)

¡Gracias!

\*Obligatorio

#### Preguntas generales

¿Cuando hablás con amigos o familia por WhatsApp ¿usás emojis? \*

- Sí
- A veces
- No
- Otro: \_\_\_\_\_

Si usás, colocá los 3 emojis que usás con más frecuencia:

Tu respuesta \_\_\_\_\_

Al escribir por WhatsApp ¿usás abreviaciones? Por ejemplo: "q" para decir "qué" \* o "xq" para decir "por qué".

- Sí
- A veces
- No
- Otro: \_\_\_\_\_

¿Solés alargar las palabras con muchas letras? Por ejemplo: "holaaa", "siii", "noo", "ahí voyyy", \*

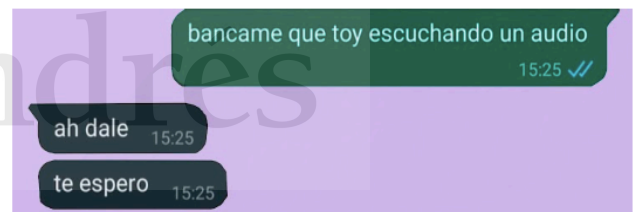
- Sí
- A veces
- No
- Otro: \_\_\_\_\_

¿Con qué género te parece que se identifica la persona que envía el mensaje de la derecha? (el del fondo verde). \*



- Mujer
- Hombre
- No binarie
- Otro: \_\_\_\_\_

¿Con qué género te parece que se identifica la persona que envía el mensaje de la derecha? (el del fondo verde). \*



- Mujer
- Hombre
- No binarie
- Otro: \_\_\_\_\_

¿Qué edad pensás que tiene? \*

- Menos de 18
- Entre 18 y 30
- Entre 31 y 50
- Más de 50

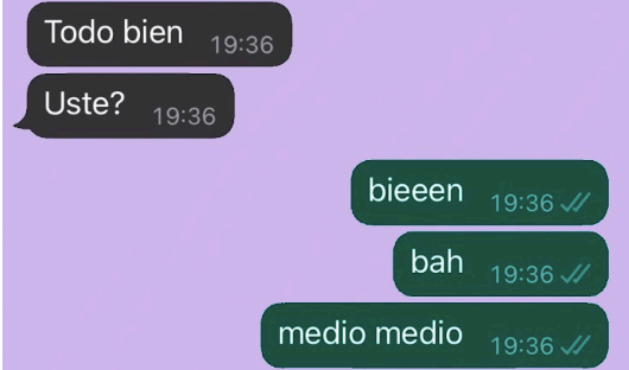
¿Qué edad pensás que tiene? \*

- Menos de 18
- Entre 18 y 30
- Entre 31 y 50
- Más de 50





- Mujer
- Hombre
- No binarie
- Otro: \_\_\_\_\_



- Mujer
- Hombre
- No binarie
- Otro: \_\_\_\_\_

¿Qué edad pensás que tiene? \*

- Menos de 18
- Entre 18 y 30
- Entre 31 y 50
- Más de 50

¿Qué edad pensás que tiene? \*

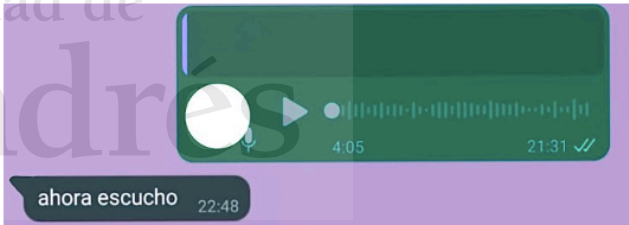
- Menos de 18
- Entre 18 y 30
- Entre 31 y 50
- Más de 50

¿Con qué género te parece que se identifica la persona que envía los mensajes de la derecha? (los del fondo verde).



- Mujer
- Hombre
- No binarie
- Otro: \_\_\_\_\_

¿Con qué género te parece que se identifica la persona que envía el mensaje de la derecha? (el del fondo verde).



- Mujer
- Hombre
- No binarie
- Otro: \_\_\_\_\_

¿Qué edad pensás que tiene? \*

- Menos de 18
- Entre 18 y 30
- Entre 31 y 50
- Más de 50

¿Qué edad pensás que tiene? \*

- Menos de 18
- Entre 18 y 30
- Entre 31 y 50
- Más de 50

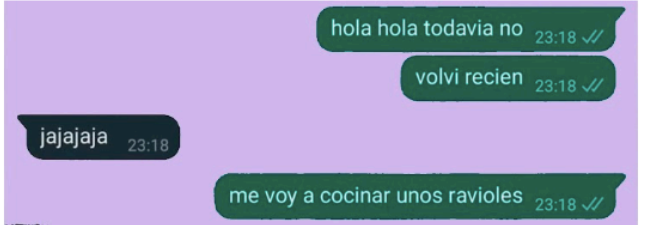


¿Con qué género te parece que se identifica la persona que envía los mensajes \* de la derecha? (los del fondo verde).



- Mujer
- Hombre
- No binarie
- Otro: \_\_\_\_\_

¿Con qué género te parece que se identifica la persona que envía los mensajes \* de la derecha? (los del fondo verde).



- Mujer
- Hombre
- No binarie
- Otro: \_\_\_\_\_

¿Qué edad pensás que tiene? \*

- Menos de 18
- Entre 18 y 30
- Entre 31 y 50
- Más de 50

¿Qué edad pensás que tiene? \*

- Menos de 18
- Entre 18 y 30
- Entre 31 y 50
- Más de 50

Preguntas sobre tu experiencia

(opcionales)

¿Del 1 al 10, qué tan segurx estás de haber acertado al género con el que se identifican lxs emisorxs de esos mensajes?

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

muy poco segurx           muy segurx

¿Del 1 al 10, qué tan importante te parece que es saber el género delx otrx al entablar una conversación?

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

muy poco importante           muy importante

Preguntas personales

Completamente confidenciales.

¿Cuántos años tenés? \*

- Menos de 18
- Entre 18 y 25
- Entre 26 y 40
- Entre 41 y 55
- Más de 55

¿De qué provincia sos? (Si sos de CABA escribi CABA). \*

Tu respuesta \_\_\_\_\_

Por último, ¿con cuál género te identificas? \*

- Mujer
- Hombre
- No binarie
- Prefiero no decir
- Otro: \_\_\_\_\_

