

**El lenguaje como herramienta para el cambio social:
Estudio teórico y empírico de algunas consecuencias del uso
del lenguaje inclusivo**

Laura Vela-Plo

Marina Ortega-Andrés

Marta De Pedis



Título: El lenguaje como herramienta para el cambio social: Estudio teórico y empírico de algunas consecuencias del uso del lenguaje inclusivo.

Autoría/Equipo de investigación: Laura Vela-Plo, Marina Ortega-Andrés y Marta De Pedis.

Imagen de la portada: Marta De Pedis.



Convocatoria de becas de trabajos de investigación en materia de igualdad de mujeres y hombres 2023 de Emakunde - Instituto Vasco de la Mujer.

ÍNDICE

1. Introducción.....	5
1.1. Justificación de la investigación	5
1.2. Objetivos generales y específicos	7
2. Marco teórico: La representación del género a través del lenguaje en la actualidad	9
3. Metodología de investigación.....	15
3.1. Hipótesis iniciales.....	15
3.2. Metodología de los estudios.....	16
3.2.1. Estudio teórico-conceptual (Estudio 1).....	16
3.2.2. Estudios experimentales cuantitativos y cualitativos (Estudios 2.1, 2.2 y 2.3)	17
A) Características comunes.....	17
B) Descripción de las tareas en el cuestionario	17
C) Estudios 2.1 y 2.2 en castellano: Materiales y participantes	20
D) Estudio 2.3 en euskera: Materiales y participantes	21
4. Resultados de la investigación	22
4.1. Resultados del estudio teórico-conceptual (ESTUDIO 1).....	22
4.1.1. Principales teorías en las que se basa el uso de las estrategias de lenguaje inclusivo.....	22
4.1.2. Argumentos a favor y en contra de los enfoques deterministas o neowhorfianos sobre el uso de estrategias de lenguaje inclusivo	25
4.1.3. Argumentos a favor y en contra de los enfoques de invisibilidad y pro-cambio hacia las estrategias de lenguaje inclusivo	26
4.2. Resultados de los estudios experimentales cuantitativos y cualitativos.....	29
4.2.1. ESTUDIO 2.1. Resultados con población general en castellano.....	29
A) Resultados en la elección del profesional según el texto leído	29
B) Resultados en los tiempos de lectura de las cuatro condiciones.....	32
C) Resultados en el apartado de resistencias y apoyos al uso del lenguaje inclusivo	33
4.2.2. ESTUDIO 2.2. Resultados con alumnado universitario en la CAE en castellano	39
A) Resultados en la elección del profesional según el texto leído	40
B) Resultados en los tiempos de lectura de las cuatro condiciones.....	43
C) Resultados en el apartado de resistencias y apoyos al uso del lenguaje inclusivo, y en la percepción de sesgos relacionados con el género	44
4.2.3. ESTUDIO 2.3. Resultados con alumnado universitario en la CAE en euskera.....	51
A) Resultados en la elección del profesional según el texto leído	52
B) Resultados en los tiempos de lectura de las cuatro condiciones.....	53
C) Resultados en el apartado de resistencias y apoyos al uso del lenguaje inclusivo, y en la percepción de sesgos relacionados con el género	54
5. Conclusiones generales	57

6. Impacto social y futuras líneas de investigación	63
7. Referencias	64
ANEXO.....	70
1. Materiales de los estudios en castellano con población general (2.1) y con población universitaria en la CAE (2.2)	70
1.1. Condición en masculino genérico	70
1.2. Condición con duplicados	71
1.3. Condición sin marcas de género gramatical (“quienes...”) y epicenos	71
1.4. Condición con el neomorfema “e”	72
1.5. Imágenes tras el texto experimental	73
1.6. Listado de preguntas cuantitativas sobre las estrategias de lenguaje inclusivo y otras estrategias para hacer referencia a personas en castellano	73
1.7. Final del cuestionario	75
2. Materiales del estudio 2.3. en euskera con población universitaria de la CAE	76
2.1. Condición sin marcas de género en las referencias a personas	76
2.2. Condición con referencias explícitas a mujeres y hombres.....	76
2.3. Listado de preguntas cuantitativas sobre las estrategias de lenguaje inclusivo y otras estrategias para hacer referencia a personas en euskera.....	77
2.4. Final del cuestionario	78

1. Introducción

La presente investigación se ocupa de analizar en profundidad la representación del género desde un enfoque que no ha sido abordado previamente, concretamente, en la convergencia entre [OBJETIVO 1] el análisis teórico de los argumentos empleados a favor y en contra de las estrategias de uso del lenguaje no sexistas y [OBJETIVO 2] el estudio de la percepción cognitiva de las fórmulas para codificar el género en español y en euskera, con un especial interés en ofrecer resultados empíricos fiables y con una base científica sólida.

1.1. Justificación de la investigación

Existen muchos trabajos, como manuales, artículos periodísticos y guías (Emakunde, 1988; Ministerio de Educación y Ciencia, 1988; Unesco, 1991; Guzmán, 1992; Guerrero Salazar, 2013; Guichard Bello, 2015; Fundación ONCE, 2018; o Parlamento Europeo, 2018, entre muchas otras) o artículos de investigación (Moulton et al., 1978; García Meseguer 1994; Boroditsky et al. 2003; Guerrero Salazar, 2010; Jiménez Rodrigo et al, 2011; Bengoechea y Simón, 2014; entre otros) que recopilan recomendaciones para un uso no sexista del lenguaje, si bien en los últimos años también han proliferado numerosos trabajos con críticas hacia su aplicación (Bosque 2012, Grijelmo 2018, Escandell-Vidal 2020, Gil 2020, entre otros). Esta situación (además del conflicto que observamos en medios de comunicación y redes sociales) puede conllevar la polarización de la población hacia posturas extremas a favor o en contra de diferentes usos no sexistas del lenguaje. Es necesario que se contrapongan los argumentos esgrimidos por las personas que defienden ambas posturas para entender mejor qué argumentos son válidos y qué razonamientos son los que realmente se están atacando o defendiendo con cada argumento. Solo así podremos examinar la evidencia experimental y comprobar cuáles son las teorías sustentadas por los resultados empíricos recopilados hasta ahora y qué propuestas debemos descartar por falta de apoyo empírico.

La situación actual del debate hace necesario revisar las diversas aproximaciones al fenómeno en lengua española y en euskera. Esta revisión nos llevaría a avanzar y contribuir a generar nuevo conocimiento de tipo teórico, pero también empírico. Por esta razón, esta investigación se plantea como: (a) un conocimiento minucioso y detallado de la representación del género en español, sus estrategias y su repercusión social, y (b) un análisis empírico de las consecuencias del uso del lenguaje inclusivo en castellano y en euskera en la toma de decisiones y en la percepción de los individuos. Creemos, pues, que la contribución que ofrece esta investigación no se limita al ámbito del estudio del lenguaje y de la psicología del lenguaje; la representación lingüística de los géneros en la actualidad tiene tal repercusión social que sus resultados podrán suponer una aportación de gran interés para el ámbito social, profesional o educativo.

Para cumplir el OBJETIVO 1, se analizarán minuciosamente los argumentos que existen a favor y en contra de diversos usos del lenguaje inclusivo. Este análisis nos permitirá hacer una clasificación totalmente original de los argumentos con relación a tres grupos de teorías que creemos que suponen la base de fundamentación de las propuestas en favor del uso del lenguaje no sexista: 1) teorías del relativismo lingüístico, que consideran que nuestro lenguaje puede determinar nuestro modo de pensar; 2) teorías de la invisibilización femenina; y 3) teorías en favor del cambio lingüístico como uno de los motores del cambio social. Después de este análisis novedoso, contrastaremos los resultados de los estudios experimentales sobre la representación lingüística del género desarrollados en las últimas décadas con las hipótesis que se derivan de las teorías mencionadas.

Para desarrollar este análisis inicial, responderemos a las siguientes preguntas: ¿qué quieren expresar determinadas autoras y autores al decir que el masculino genérico, por su ambigüedad, invisibiliza a las mujeres?, ¿a quién o qué están criticando las personas que apelan a la economía del lenguaje para negar la utilidad del lenguaje inclusivo?, ¿tenemos evidencia empírica que muestre que el uso del masculino genérico perpetúa un sesgo patriarcal?, ¿podemos minimizar ese sesgo utilizando formas visibilizadoras?, ¿qué estrategias lingüísticas son las más útiles a la hora de evitar el sesgo masculino? En resumen, ¿puede ser el lenguaje un factor que favorezca el cambio de valores en la sociedad e incida en la transformación social hacia la igualdad?

Pensamos que todas estas preguntas son de vital importancia en nuestro contexto actual. Por un lado, consideramos muy importante examinar si el uso de ciertas estrategias lingüísticas puede mejorar la situación social de las mujeres y, en el caso de que sea posible, qué recomendaciones lingüísticas funcionan realmente y en qué medida logran su objetivo de evitar el sexismo y el androcentrismo. Por otro lado, en un contexto de debate abierto en prensa y en la opinión pública, es importante entender cuáles son los argumentos a favor y en contra de los usos no sexistas del lenguaje y qué es lo que están criticando o defendiendo en cada caso. En resumen, cumplir el OBJETIVO 1 nos permitirá combatir contraargumentos inválidos y ciertos prejuicios sociales que se han extendido en los últimos años sobre el empleo de estrategias lingüísticas inclusivas.

En cuanto al OBJETIVO 2, consideramos que el estudio experimental de la percepción de las diversas fórmulas para codificar el género en castellano y euskera es necesario porque permitirá ofrecer una base empírica y científica sólida sobre la validez y efectividad de las recomendaciones para un uso no sexista del lenguaje. Realizando una investigación experimental controlada de la percepción de las fórmulas para codificar el género de las personas en español y euskera, podremos discernir qué fórmulas para expresar el género en estas lenguas hacen que nuestra representación de las personas sea más igualitaria. En este proyecto desarrollaremos por primera vez una investigación experimental controlada sobre la percepción de diversas estrategias para referirse a las personas en castellano y en euskera.

Además, para comprender mejor el sesgo masculino en el uso del lenguaje (y encontrar herramientas válidas para evitarlo) se necesita un mayor número de estudios experimentales en los que se controlen rigurosamente las condiciones que pueden influir en los resultados de la investigación. Asimismo, la mayor parte de la investigación que se ha realizado hasta ahora se ha hecho en inglés o alemán. Todavía es necesario que estudios similares se desarrolle en otros idiomas, especialmente en más lenguas en las que los nombres y pronombres muestran marcas gramaticales de género (como en el caso del español) y se comparan con los resultados en lenguas sin género gramatical (como el caso del euskera). Uno de los objetivos de este proyecto de investigación es cubrir este vacío empírico y teórico sobre la percepción de las fórmulas para codificar el género en lengua española y euskera.

En cuanto al caso del euskera, por tratarse de una lengua sin género gramatical, se suele considerar que no se incurre en usos sexistas del lenguaje al hablar en esta lengua. Sin embargo, este prejuicio positivo parece no ser del todo cierto (véanse *Euskararen erabilera ez sexista* de Emakunde, 2008, 2021; UPV/EHU & Pikara Magazine 2018; o el programa divulgativo de Kike Amonarriz, *Tribuaren berbak: Euskara hizkuntza sexista al da?*; <https://www.eitb.eus/eu/telebista/programak/tribuaren-berbak/bideoak/osoa/1846338/bideoa- euskara-hizkuntza-sexista-al-da-asmakizuna-/>).

Por un lado, la divulgación a la sociedad de los últimos avances en materia de lenguaje inclusivo en euskera todavía resulta imprescindible. Por otro lado, al igual que no contamos con estudios científicos sobre la percepción del género en español, tampoco contamos con una base empírica similar en euskera. Es conveniente dotar a los discursos divulgativos sobre los usos más inclusivos del

euskera de una base empírica y científica sólida (a través de investigaciones que muestren las consecuencias que tienen las diferentes formas de referirse a las personas en euskera propuestas hasta la fecha) para que la concienciación sobre este tema revierta en una reflexión profunda y en un posible cambio en la sociedad. Este proyecto propone la primera investigación experimental controlada sobre la percepción de dos estrategias para referirse a las personas en euskera.

Completar los estudios que se proponen en este proyecto contribuirá a que la sociedad del s. XXI alcance una mayor conciencia de sí misma y de las representaciones y opiniones que se crean en su interior y marcan la dirección en la que avanza la sociedad.

Desde la conciencia de su pequeño papel, pero con la voluntad de realizar una contribución rigurosa y decisiva, la investigación sobre la representación del género en español y euskera trata de contribuir al avance y enriquecimiento del conocimiento sobre esta cuestión identitaria para avanzar así en el camino hacia un cambio social tan necesario.

1.2. Objetivos generales y específicos

Con el proyecto de investigación que aquí se presenta se ha ahondado en las implicaciones que tiene el uso de ciertas expresiones para representar el género en las instituciones y en la sociedad. Principalmente, se han estudiado las consecuencias que tienen determinados usos del lenguaje y su influencia en el papel de las mujeres en la sociedad, y si las propuestas de cambio pueden mejorar la posición de las mujeres en varios niveles: fomentando la presencia femenina en el imaginario colectivo o visibilizando a las mujeres en ámbitos laborales, entre otros contextos.

De esta manera, en el proyecto se definen dos objetivos principales:

- **OBJETIVO 1:** Analizar las teorías defensoras del uso de estrategias del lenguaje inclusivo y los argumentos que se han dado a favor y en contra del uso de dichas fórmulas. Desenmarañaremos la información más importante esgrimida hasta la actualidad para evitar falsos argumentos, para discernir qué razonamientos son válidos y con qué teorías se relacionan, y comprender qué estrategias son (o no) útiles para el cambio social y en qué medida. De esta manera, trataremos de combatir contraargumentos inválidos y ciertos prejuicios sociales que se han extendido en los últimos años con relación al lenguaje inclusivo.
- **OBJETIVO 2:** Ofrecer una base empírica y científica sólida sobre la validez y efectividad de las recomendaciones para un uso no sexista del lenguaje en castellano y en euskera. Realizando una investigación experimental controlada de la percepción de las fórmulas para codificar el género en estas dos lenguas tan diferentes, podremos distinguir qué fórmulas para expresar el género hacen que nuestra representación de las personas sea más igualitaria. Así, intentaremos que la concienciación sobre este tema revierta en una reflexión profunda y fundamentada, y en un posible cambio en la sociedad. Además, también se establece como objetivo específico clarificar las actitudes que muestran hablantes de castellano (con población de todas las edades en el **ESTUDIO 2.1** y con población universitaria en la Comunidad Autónoma de Euskadi [CAE] en el **ESTUDIO 2.2**) y euskera (con población universitaria en la CAE en el **ESTUDIO 2.3**) hacia el uso de ciertas estrategias lingüísticas de representación de las mujeres y los hombres. De esta manera, se espera definir qué apoyos y qué resistencias tienen las y los hablantes hacia el uso de estrategias de lenguaje inclusivo (duplicaciones, neologismos, etc.) y hacia el uso de formas en masculino genérico. También deseamos comprobar si la lectura de textos siguiendo estrategias de lenguaje inclusivo es más costosa que siguiendo otras estrategias de representación de personas.

El cumplimiento del OBJETIVO 1 ha implicado la realización de un primer estudio teórico (**ESTUDIO 1**) en el que se ha buscado cumplir los siguientes objetivos específicos:

- 1.1. estudiar las estrategias de lenguaje inclusivo que se han propuesto como alternativa al masculino genérico: duplicaciones (“las/los alumnas/os” o “las alumnas y los alumnos”), el empleo de sustantivos colectivos epicenos (“el alumnado”), o los pronombres de reciente creación como “elle” y el neomorfema “e” (“les alumnes”), entre otras estrategias;
- 1.2. analizar las distintas teorías propuestas en defensa de estas estrategias;
- 1.3. examinar minuciosamente los principales argumentos que se han utilizado en las guías, artículos de opinión y de investigación a favor y en contra de estas estrategias;
- 1.4. extraer conclusiones adecuadamente argumentadas sobre la utilidad de las estrategias para un uso inclusivo del lenguaje (por ejemplo, si logran evitar el sesgo masculino del lenguaje o no); y
- 1.5. comparar los resultados empíricos de los estudios realizados hasta ahora sobre el uso de alternativas al masculino genérico y comprobar si esos resultados empíricos corroboran o refutan las teorías que proponen los colectivos y las personas defensoras del lenguaje inclusivo.

Cumplir con el OBJETIVO 2 ha implicado la realización de los **ESTUDIOS 2.1, 2.2 y 2.3**, que son tres estudios experimentales controlados de la percepción de las fórmulas para codificar el género de las personas en español (el ESTUDIO 2.1 con población general estatal y el ESTUDIO 2.2 con población universitaria de la CAE) y euskera (el ESTUDIO 2.3 con población universitaria de la CAE). Estas investigaciones se han desarrollado con el objetivo de analizar cómo los factores cognitivos y lingüísticos determinan nuestra interpretación de expresiones que aparentemente son genéricas o neutras en cuanto al género sociocultural de cierto referente. Entre las preguntas de investigación que se desea responder con estos estudios experimentales se encuentran las siguientes: en español, ¿qué interpretación se genera con expresiones en masculino “genérico”?; cuando no se explica el género del referente, ¿se genera una preferencia sistemática por interpretar esa expresión como masculina en español y euskera?, ¿puede este sesgo cognitivo determinar nuestras acciones?, ¿depende nuestra interpretación de formas aparentemente genéricas o neutras de nuestro sexo?, ¿puede alguna fórmula en español o euskera mitigar el sesgo masculino del lenguaje?, o ¿qué apoyos y resistencias presenta la sociedad en cuanto al uso de diferentes estrategias para representar a las personas? La tabla a continuación resume los principales apartados de la investigación. En la Sección 3 de metodología detallaremos las características de los tres estudios experimentales.

OBJETIVOS GENERALES	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	ESTUDIOS	INFORMACIÓN RELEVANTE
OBJETIVO 1: Analizar las teorías defensoras del uso de estrategias del lenguaje inclusivo, y los argumentos a favor y en contra del uso de dichas fórmulas.	<ul style="list-style-type: none"> • Desenmarañar la información más importante esgrimida hasta la actualidad para evitar falsos argumentos. • Discernir qué razonamientos son válidos y con qué teorías se relacionan. • Comprender qué estrategias son (o no) útiles para el cambio social y en qué medida. • Combatir contraargumentos inválidos y ciertos prejuicios sociales que se han extendido en los últimos años con relación al lenguaje inclusivo. 	ESTUDIO 1	<p>Estudio teórico-conceptual de las teorías feministas detrás del uso de estrategias de lenguaje inclusivo y de los argumentos a favor y en contra de su uso.</p> <p>Además, examen crítico de estudios empíricos conducidos hasta la actualidad en diferentes lenguas sobre la percepción de diversas estrategias lingüísticas para representar el género:</p>

OBJETIVO 2: Ofrecer una base empírica y científica sólida sobre la validez y efectividad de las recomendaciones para un uso no sexista del lenguaje en castellano y en euskera.	<ul style="list-style-type: none"> Investigar experimentalmente e la percepción de las fórmulas para codificar el género en castellano y euskera Distinguir si alguna fórmula para expresar el género hace que nuestra representación de las personas sea más igualitaria. Examinar los apoyos y resistencias al uso de estrategias de lenguaje inclusivo. Analizar las actitudes hacia el masculino genérico y neologismos de género. 	ESTUDIO 2.1	Estudio experimental cuantitativo y cualitativo en castellano con población general estatal.
		ESTUDIO 2.2	Estudio experimental cuantitativo y cualitativo en castellano con población universitaria en la CAE.
		ESTUDIO 2.3	Estudio experimental cuantitativo y cualitativo en euskera con población universitaria en la CAE.

Tabla 1: Resumen de los principales objetivos de investigación y estudios teóricos y experimentales cuantitativos y cualitativos realizados

2. Marco teórico: La representación del género a través del lenguaje en la actualidad

En el ámbito de los seres humanos, el lenguaje se considera una importante herramienta para establecer el género, esto es, para percibir una entidad como femenina o masculina (Boroditsky et al., 2003; Stahlberg et al., 2007). Sin embargo, la representación lingüística del género no se limita a expresar una mera distinción entre formas masculinas y femeninas. Las estructuras lingüísticas presentan asimetrías que permiten expresar evaluaciones y estereotipos, por lo que la forma en que se hace referencia a las mujeres y los hombres en una lengua se ve afectada por el sistema de creencias de género que prevalece en su comunidad del habla (Stahlberg et al., 2007). A su vez, las estructuras lingüísticas contribuyen a la construcción y el mantenimiento de este sistema de creencias. La cuestión de cómo se representan los géneros en el lenguaje es, por lo tanto, no solo de interés lingüístico, sino que constituye un importante campo de investigación interdisciplinar donde los aspectos lingüísticos se cruzan con cuestiones psicológicas y sociológicas.

Aunque desde el siglo XX las mujeres están cada vez más integradas en empleos remunerados y están ascendiendo en las escaleras jerárquicas, todavía observamos considerables desigualdades de género en el ámbito social o en el mercado laboral, entre otras áreas (para una visión general, véase el informe del Instituto Europeo para la Igualdad de Género de 2023). Así, las preguntas que se plantean en este proyecto multidisciplinar se enmarcan en un contexto histórico en el que se han tomado numerosas acciones sociales, y también académicas, encaminadas al establecimiento de usos del lenguaje no sexista o de lenguaje inclusivo, particularmente en las culturas y lenguas de occidente, cuyo principal objetivo es visibilizar a las mujeres en los usos del lenguaje y reducir la tendencia cognitiva denominada sesgo masculino en el lenguaje.

Las investigaciones desarrolladas en las últimas décadas sobre los sesgos de género en el lenguaje han demostrado que el sesgo cognitivo masculino es un fenómeno habitual en varios idiomas (Hyde, 1984; Stahlberg et al., 2001, 2007; Lenton et al., 2009; Garnham et al., 2012), como analizaremos en más detalle en el Estudio 1. El androcentrismo es uno de los posibles causantes de este sesgo masculino del lenguaje.

Desde un punto de vista androcéntrico, en las afirmaciones generales sobre los seres humanos los hombres son considerados sujetos de referencia y las mujeres se invisibilizan o quedan al margen de

estas afirmaciones. Como se ha expresado en el apartado de justificación, hay que tener en cuenta que la mayoría de los estudios conducidos sobre los sesgos de género en el lenguaje se han desarrollado en lengua inglesa o en alemán. En lo que se refiere al inglés, se puede encontrar evidencia del sesgo masculino en el lenguaje, por ejemplo, en los estudios de Hamilton (1997), Khosroshahi (1989), Switzer (1990), Irmen y Kühncke (1996), Klein (1988), Stahlberg y Sczesny (2001) y Lindqvist et al. (2019). Tanto en inglés como en alemán, cuando se utilizaban formas de lenguaje inclusivo en lugar de formas en masculino genérico, en los estudios realizados se fomentaba la inclusión cognitiva de las mujeres y se debilitaba el sesgo masculino del lenguaje. Aunque los efectos de este sesgo resultaron diferentes en las investigaciones conducidas y no se confirmó en todas las condiciones experimentales de todas las investigaciones empíricas, es evidente que se trata de la tendencia más generalizada que ha aflorado en los citados estudios empíricos.

El estudio de la teoría de los usos sexistas del lenguaje se ha desarrollado en paralelo al de la investigación del lenguaje no sexista y se sitúa en el ámbito de la filosofía, la sociología del lenguaje, la antropología lingüística, la sociolingüística y la etnografía de la comunicación. Denominamos “lenguaje no sexista” o “lenguaje inclusivo” a las expresiones utilizadas para reducir o evitar los efectos del sexismo –es decir, del sesgo o la discriminación dirigida especialmente a un sexo o género social– y los efectos del androcentrismo lingüístico –es decir, la visión de lo masculino y del hombre como canon para la humanidad– (véanse Sarrasin et al., 2012; Stout y Dasgupta, 2011; Douglas y Sutton, 2014; o Sczesny, et al. 2016, entre otros).

Han pasado varias décadas desde que se llevaron a cabo las primeras investigaciones que vinculaban el lenguaje y el género. El principal objeto de estudio de estas investigaciones fue la caracterización inicial del discurso femenino y masculino, mostrando la naturaleza de los estereotipos asociados a cada género (Eckert, 1989; Trudgill, 1972; Lakoff, 1973; McConnell-Ginet, 1978).

Estos estereotipos contribuyen a reproducir las desigualdades de poder relacionadas con los géneros, la dominación masculina y la dependencia femenina. Mujeres y hombres se encuentran inmersos en un sistema de poder que define dos territorios distintos: el ámbito público para los hombres y el ámbito privado para las mujeres (Siltanen y Stanworth, 1984; ArNeil, 2001; Bengoechea, 2008; Lakoff, 2008; Talbot, 1998 [2019]).

Sin embargo, a partir de los años 80, sobre todo, el hecho de que las mujeres formen parte del ámbito público nos ha obligado a volver a considerar la cuestión de las diferencias de género y su representación lingüística. Muestra de ello es la publicación en las últimas décadas de manuales y guías institucionales para evitar usos sexistas del lenguaje, por ejemplo, en castellano (Ministerio de Asuntos Sociales, 1989; Ministerio de Educación y Ciencia, 1988; Guzmán, 1992; Guerrero Salazar, 2010; Murillo Ávila et al., 2018; Guichard Bello, 2015, entre otros), en euskera (Emakunde, 2008, 2021; UPV/EHU y Pikara Magazine, 2018, entre otros) o en otras lenguas (Generalitat Valenciana, 1987; Unesco, 1991; Parlamento Europeo 2018, por ejemplo).

Además, la demanda de derechos de las mujeres y de las personas no binarias en la actualidad (Butler, 1993, 2004; Petchesky, 2009) anima a cada vez más personas a crear o aceptar formas neológicas para un uso más inclusivo del lenguaje (Jiménez Rodrigo et al., 2011; Sczesny et al., 2015; Patev et al., 2018). ¿Cómo se representan estos diferentes grupos en los diversos géneros discursivos?, ¿cómo se reproduce, o se desafía, la desigualdad de género en el discurso?, ¿cuál es el desarrollo diacrónico de este fenómeno?, ¿qué usos inclusivos se empiezan a generalizar en las diferentes lenguas y por qué?, ¿qué factores limitan las diferentes posibilidades de expresar el género de las y los hablantes?, o ¿qué cambios lingüísticos se pueden esperar? Estas son algunas de las preguntas fundamentales que

quieren responder las investigaciones de los últimos años que tratan temas en la intersección entre el lenguaje y el género.

Como consecuencia del desarrollo y crecimiento de estos usos del lenguaje inclusivo, resurge en medios de comunicación el debate sobre si el lenguaje puede o no ser sexista y aparecen las guías de recomendaciones para el lenguaje inclusivo.

Encontramos a lingüistas, periodistas, sociólogas/os, politólogas/os y teóricas/os del lenguaje discutiendo sobre la pertinencia o no de estas estrategias.

En las lenguas en las que el género de los individuos se codifica a través del género gramatical de los distintos nombres, pronombres y modificadores, como en el caso del español, el francés o el alemán, es frecuente utilizar formas gramaticales masculinas para designar a grupos de personas de cualquier género. Este uso se denomina masculino genérico. Tal estrategia de representación del género es especialmente polémica, ya que supone un tratamiento asimétrico de los géneros, según muchas/os especialistas de la lengua y simpatizantes de movimientos feministas (a partir de los años 70 ya encontramos estudios sobre este tema; véanse Moulton et al., 1978; MacKay, 1980; Phillips, 1981; o Murdock y Forsyth, 1985).

Uno de los principales temas de debate actuales es si el uso de formas masculinas genéricas (que algunas personas expertas en lenguaje o gramática consideran formas no sexistas) puede dar lugar a un sesgo cognitivo de género que acreciente las desigualdades de género en el ámbito social. Es decir, aunque hasta ahora las formas masculinas en su uso genérico no se han considerado explícitamente usos sexistas del lenguaje, ¿implican los genéricos masculinos implícitamente o de forma no consciente una asimetría entre géneros? Esta cuestión supondrá la pregunta fundamental de la investigación sobre la percepción del género en español en este proyecto, en el que queremos no solo analizar la validez de estos argumentos, sino estudiar minuciosamente qué aspectos se critican y si contradicen o no las teorías bajo las cuales se fundamenta la investigación actual sobre los usos del lenguaje inclusivo. En el caso del euskera, la pregunta de investigación fundamental consistirá en resolver si las expresiones sin marcas gramaticales de género (como puede ser “medikuak” ‘las/los médicas/os’) implican un sesgo masculino del lenguaje, ya que perpetúan las asimetrías de género presentes en la sociedad.

Actualmente, el debate sobre el uso del lenguaje inclusivo se está llevando a cabo desde varias perspectivas. Tanto desde la crítica al lenguaje inclusivo como a favor de este, se tiende a apelar a la teoría de la relatividad lingüística. Esta teoría fue propuesta por Edward Sapir (1929) y Benjamin Lee Whorf (1956/2012) y dictamina que las estructuras semánticas y gramaticales de cada lengua determinan la manera en la que sus hablantes piensan y entienden el mundo. Los trabajos originales de Sapir y de Whorf han sido duramente criticados por su falta de rigor científico. Sin embargo, en los últimos veinte años, nuevas investigaciones sugieren que, aunque la lengua no determina completamente cómo pensamos, sí puede influir o moldear ciertos aspectos de la cognición como la atención o la memoria. Por tanto, la lengua también podría afectar a cómo conceptualizamos ciertas ideas, cómo nos relacionamos con el mundo y cómo pensamos acerca de él (Boroditsky 2001; Levinson 2003, Casasanto 2008). A estas teorías se les llama neowhorfistas; una teoría neowhorfista sobre el lenguaje inclusivo prevé que el uso de formas masculinas en el lenguaje puede moldear la manera en que memorizamos, recordamos y pensamos acerca de las personas y, por tanto, puede fomentar un sesgo sexista.

Otra de las principales cuestiones a debate es si el uso del masculino genérico invisibiliza a las mujeres. Según esta línea de argumentación, determinados usos del lenguaje generan un imaginario colectivo

masculinizado, que deja al margen a las mujeres o fomenta imágenes de subordinación femenina en la sociedad. Por este motivo, en este proyecto examinaremos esta línea de argumentación como una teoría sobre la invisibilización a través del lenguaje. Dentro de las propuestas sobre la invisibilización femenina investigaremos principalmente las teorías sobre el sesgo masculino del lenguaje, que consideran: (1) que puede existir un sesgo cognitivo en una comunidad de hablantes que le lleve a invisibilizar a las mujeres y (2) que el uso de determinadas formas lingüísticas puede promover o eliminar ese sesgo.

Las teorías neowhorfistas y las de la invisibilización son conceptualmente diferentes, pero no excluyentes, pudiendo ser complementarias. Ambas tocan (aunque no implican necesariamente) cierta actitud reformista, que cuenta con la premisa de que, si el lenguaje influye de algún modo en cómo pensamos, entonces podemos usarlo para cambiar la manera de pensar de la sociedad. Desde esta última perspectiva, el lenguaje podría entenderse como una herramienta visibilizadora que, utilizada de la manera adecuada, puede generar un cambio social.

Centrándonos en el caso del español, Bosque (2012) señala lo siguiente (véase también Álvarez de Miranda, 2018):

«[Existe] un acuerdo general entre los lingüistas en que el uso no marcado (o uso genérico) del masculino para designar los dos性 está firmemente asentado en el sistema gramatical del español, como lo está en el de otras muchas lenguas románicas y no románicas, y también en que no hay razón para censurarlo.» (Bosque 2012: 4. punto)

Como presenta Bosque, el uso de los genéricos masculinos para designar conjuntos de mujeres y hombres está firmemente consolidado en muchas gramáticas. Sin embargo, hay que tener en cuenta que el masculino genérico puede tener una interpretación “específica” (solo hombres) y “genérica” (en referencia a un grupo mixto o de género desconocido). Es reseñable que cuando en un diálogo o escrito nos encontramos con una forma ambigua (esto es, cuando podemos tener una interpretación específica o genérica) y no nos dan información explícita sobre el género de un conjunto de individuos (por ejemplo, en el caso de la denominación plural “los cirujanos”), se suele recurrir a estereotipos de género para aclarar esa ambigüedad y establecer una representación del género del referente (Sanford 1985; Carreiras et al. 1996, entre otros). Podemos ilustrar esta observación con el siguiente texto traducido al español de Sanford (1985: 311):

«Esta mañana, un padre y su hijo conducían por la carretera, cuando se vieron involucrados en un terrible accidente. El padre falleció y el hijo fue trasladado rápidamente al hospital, gravemente herido. Cuando el niño fue llevado al quirófano, entre los cirujanos se oyó gritar: “¡No puedo operarlo! ¡Es mi hijo!”»

En Sanford (1985, 1987) se señaló la importancia de este relato, ya que la interpretación de formas lingüísticas aparentemente sin marcas de género gramatical suele estar limitada por los estereotipos de género de la comunidad de habla. El relato es aparentemente incongruente y esta incongruencia solo aparece si aportamos valores de género a los diferentes personajes. En el caso del padre y del hijo, los valores de género son explícitos: los referentes son hombres. Pero también se tiende a asignar un valor masculino a los sustantivos que no marcan explícitamente el género de su referente (“los cirujanos” en nuestra historia).

En los trabajos de Sanford (1985) y Carreiras et al. (1996) se considera que la tendencia a la representación de personas con un valor masculino en inglés y en español se debe al uso de formas masculinas genéricas y a los estereotipos sociales o roles sexistas establecidos en la comunidad de habla. El enigma de los cirujanos sugiere que la información sobre estereotipos de género se reproduce en formas lingüísticas que no tienen marcas gramaticales de género (como sucede en el caso de los sustantivos que hacen referencia a personas en inglés) o son ambiguas (en el caso del

español), manteniendo, por lo tanto, las asimetrías de género. Se considera sesgo masculino del lenguaje a la percepción sesgada de que las formas lingüísticas que no mencionan explícitamente el género del referente pertenecen al género masculino (véase Stahlberg et al., 2007 para un resumen de las nociones esenciales sobre este tema).

Las investigaciones sobre los sesgos de género en el lenguaje han demostrado que el sesgo cognitivo masculino es un fenómeno robusto y frecuente en varios idiomas (p. ej., Hyde, 1984; Stahlberg et al., 2001, 2007; Lenton et al., 2009; Garnham et al., 2012).

El androcentrismo es uno de los posibles causantes del sesgo masculino del lenguaje. Desde un punto de vista androcéntrico, en las afirmaciones generales sobre los seres humanos los hombres son considerados sujetos de referencia y las mujeres se invisibilizan o quedan al margen de estas afirmaciones. En general, los experimentos sobre los efectos cognitivos de genéricos o formas no marcadas se han basado en la percepción de oraciones o textos. Estos textos se presentan a participantes en diferentes versiones (por ejemplo, con formas genéricas masculinas, y una o más alternativas) y se comparan las respuestas de las personas participantes para evaluar los efectos cognitivos de cada estrategia.

El uso del lenguaje inclusivo (en inglés, *Gender-Fair Language*) pretende reducir los estereotipos de género y la discriminación. Se han utilizado dos estrategias principales para hacer que las lenguas sean más inclusivas en cuanto al tratamiento del género y para tratar a mujeres y hombres de forma simétrica:

A) la neutralización, al utilizar:

- sustantivos epicenos (en vez de emplear “los hombres” para referirse a los seres humanos, decir “las personas”, por ejemplo);
- pronombres sin marcas de género como “quien solicite...”;
- pronombres de reciente formación que evitan el binarismo de género en una lengua determinada (p. ej., “ellos” en español, “ze” en inglés o “iel” en francés) y neomorfemas (“les alumnes”);
- nominales elididos cuando sea posible, como en “Se atenderá en orden de llegada”
- o el uso de símbolos especiales que solo pueden reproducirse en textos escritos (“lxs alumnxs” o “l@s alumn@s”).

B) la marcación o visibilización del género, en particular la **feminización**, se basa en la inclusión explícita de las mujeres. Bajo esta última categoría observamos varias estrategias, como:

- la coordinación de pares (también denominada duplicación) en “las y los antropólogos” en castellano o “emakume eta gizon antropologoak” en lenguas sin marcas gramaticales de género como euskera;
- el uso de formas abreviadas con barras oblicuas (como en alemán “Elektriker/in” o español “el/la autor/a”).
- Además, aunque su aplicación es limitada, algunas y algunos hablantes también optan por referirse a grupos mixtos y/o a sí mismos con términos gramaticalmente femeninos en clara oposición al uso más extendido de formas masculinas para enunciados genéricos y grupos mixtos (“Estamos todas reunidas hoy...”).

Con el objetivo de lograr un lenguaje más inclusivo, además de aplicar estrategias que impulsen la visibilidad de las mujeres, también se ha promovido el uso de diferentes pronombres y fórmulas que han surgido intencionadamente para desafiar el binarismo de género en la lengua, como el uso del

pronombre “elle” en castellano o el morfema “e”, como en el ejemplo “les periodistes”. La investigación sobre neologismos construidos para evitar el binarismo de género se ha desarrollado sobre todo en sueco, donde se ha desarrollado el pronombre neutro “hen”, cuyo uso está institucionalizado y es cada vez más amplio en Suecia (Gustafsson Sendén et al., 2015).

El sesgo masculino puede tener consecuencias prácticas, por ejemplo, en situaciones de contratación de personal. Ya en 1973, el trabajo de Bem y Bem mostró que las mujeres estaban más motivadas para solicitar un determinado puesto de trabajo cuando el lenguaje publicitario era activamente neutro en cuanto al género. El empleo de fórmulas lingüísticas inclusivas en situaciones de contratación, por lo tanto, puede resultar en la idea de que se busca un equilibrio de género en el puesto anunciado; así, no solo los hombres estarán motivados a solicitar puestos tradicionalmente ocupados por hombres, como posiciones de liderazgo (Horvath et al. 2016). Investigaciones previas han demostrado que un sesgo masculino en las situaciones de contratación puede llevar a una idea preconcebida de que los hombres son los candidatos más adecuados (Lassonde y Brien 2013), lo que puede conducir a mayores preferencias para contratar a un hombre.

En cuanto al ámbito de la investigación empírica actual, son relevantes estudios como el de Lindqvist et al. (2019) sobre las consecuencias de emplear diversas fórmulas lingüísticas para codificar el género en el ámbito laboral. Estas autoras desarrollaron dos experimentos, uno en inglés y otro en sueco, para medir la percepción de diferentes estrategias de representación del género, entre las que se encontraba el uso de neologismos para evitar el binarismo de género. Concretamente, las y los participantes en los dos experimentos leyeron un resumen anónimo de una persona candidata a un puesto de trabajo que solicitaba un puesto neutral en cuanto al género (es decir, en un sector laboral que se considera equilibrado en cuanto al género).

Lindqvist et al. crearon tres resúmenes profesionales en los que se hacía referencia a la persona candidata siguiendo una de estas estrategias lingüísticas: (1) con sustantivos y pronombres sin marcas gramaticales de género; (2) con duplicaciones; o (3) pronombres neutros de reciente creación. Tras leer uno de los tipos de resumen profesional, las y los participantes de los estudios indicaron qué género creían que tenía la persona candidata al trabajo, seleccionando entre cuatro imágenes posibles.

Los resultados de ambos experimentos indicaron que las formas utilizadas tradicionalmente y que carecen de marcas de género (como en la expresión en inglés “the applicant”), generan un sesgo masculino tanto en inglés como en sueco. Sin embargo, la estrategia de feminización por duplicación (como el uso de parejas como “he/she” en inglés) y los nuevos pronombres de género neutro” (en inglés el pronombre de reciente creación “ze” y en sueco el pronombre “hen”) evitaron este sesgo sexista.

Una de las limitaciones importantes de este estudio es que no se tuvieron en cuenta variables sociales que podrían afectar a los resultados. Por ejemplo, no se obtuvo una muestra equilibrada de resultados de hombres y mujeres (realizaron el estudio en inglés 411 personas, de las cuales 256 eran hombres, 150 mujeres, 3 personas no binarias y 2 no identificaron su género; en sueco hubo 417 participantes, 303 mujeres y 85 hombres). Esta distribución asimétrica es un problema, ya que sabemos que el género puede afectar nuestra representación de otras personas (Khosroshahi 1989); por ejemplo, las mujeres asocian expresiones sobre personas más fácilmente con un referente femenino que con un referente masculino, y viceversa (Harrison, 1975; y Prentice, 1994, para inglés, y Klein, 1988; Braun et al. 2005, para alemán). Además, las actitudes hacia las reformas del lenguaje, los usos del lenguaje no sexista o las actitudes hacia el feminismo, en general, tienen efectos bastante diferentes en diversos estudios. Por ejemplo, Khosroshahi (1989) observó en inglés que las mujeres que usan el lenguaje

inclusivo tienen más asociaciones femeninas que otras, incluso con genéricos masculinos. En el estudio de MacKay (1980) se mostró que las participantes feministas tienen más dificultades al comprender un texto si contiene genéricos masculinos ("he" en inglés con sentido genérico). En el caso de Stahlberg y Sczesny (2001, en alemán), se observó que hablantes con una actitud positiva hacia el lenguaje inclusivo identificaron más rápido a una mujer como "política", "atleta", etc., cuando este término fue nombrado con una designación no sexista que cuando se usó un término genérico masculino.

En este proyecto de investigación adoptamos la metodología del estudio de Lindqvist et al. (2019), tratando de superar las limitaciones mencionadas, para analizar las estrategias lingüísticas que se utilizan al expresar el género en español y euskera; investigamos las consecuencias del empleo de estas fórmulas para examinar si revelan o no un sesgo masculino del lenguaje que perpetúa las asimetrías sociales que se mantienen en la actualidad.

3. Metodología de investigación

3.1. Hipótesis iniciales

A continuación, detallamos las hipótesis de las que partíamos para los dos estudios realizados en este proyecto de investigación:

Estudio teórico-conceptual (ESTUDIO 1)

- Hipótesis 1: Aunque en el debate sobre el lenguaje inclusivo se suelen confundir, hay al menos tres teorías conceptualmente diferentes (pero no excluyentes, sino que muchas veces complementarias) desde las que se puede defender el lenguaje inclusivo. Estas teorías se pueden agrupar de la siguiente manera: teorías neowhorfistas, teorías sobre la invisibilización y teorías reformistas o del cambio social.
- Hipótesis 2: La mayoría de los argumentos válidos que se han dado hasta ahora en contra del lenguaje inclusivo no contradicen las teorías actuales sobre el uso del lenguaje no sexista, sino que critican el empleo de algunas fórmulas recomendadas en las guías para un lenguaje más inclusivo.
- Hipótesis 3: Otros argumentos que se han dado en contra del lenguaje inclusivo (la economía del lenguaje, la falsa ambigüedad, o la confusión entre género gramatical y género social) no son argumentativamente válidos.
- Hipótesis 4: Existe evidencia empírica en inglés, alemán y otras lenguas (diferentes al castellano y al euskera) a favor de algunas teorías defensoras del lenguaje inclusivo.

Estudios experimentales cuantitativos y cualitativos (ESTUDIOS 2.1, 2.2 y 2.3)

Siguiendo la metodología empleada en Lindqvist et al. (2019), hemos explorado las consecuencias de emplear diversas fórmulas para codificar el género en español y euskera. Examinaremos por primera vez si **[A] las fórmulas en masculino genérico en español** (por ejemplo, "los candidatos") generan un sesgo cognitivo sexista. Además, analizaremos si **[B] las expresiones que no especifican el género del referente** (como "las personas candidatas" en español o "hautagaiak" en euskera) pueden generar un sesgo masculino, es decir, si se asocian inconscientemente con una representación masculina de esos referentes. Asimismo, comprobaremos si **[C] la estrategia de feminización por duplicación** ("los y las candidatas" en español o "emakume eta gizon hautagaiak" en euskera) y **[D] los neologismos para**

evitar el binarismo del lenguaje (por ejemplo, “elle” o “les candidates” en español) evitan este sesgo masculino, es decir, si no generan una asociación androcéntrica.

Teniendo en cuenta los estudios previos en otras lenguas, nuestras hipótesis de partida son las siguientes:

- Hipótesis 5: Las expresiones en [A] masculino genérico (español) y [B] aquellas que no especifican el género del referente (español y euskera) generarán un sesgo masculino.
- Hipótesis 6: Las expresiones que siguen [C] la estrategia de feminización por duplicación (español y euskera) y [D] los neologismos que se emplean para evitar el binarismo del lenguaje evitarán el sesgo masculino.
- Hipótesis 7: Los tiempos de lectura medios al leer las condiciones en [A] masculino genérico, [B] con epicenos y expresiones que no especifican el género del referente, [C] duplicados o [D] neologismos de género no variarán; es decir, la lectura de textos siguiendo estrategias de lenguaje inclusivo no es más costosa que seguir otras estrategias de representación de personas tradicionales como el masculino (genérico).
- Hipótesis 8: La población mostrará más apoyos que resistencias al uso de estrategias de lenguaje inclusivo.

3.2. Metodología de los estudios

En este proyecto se propone una metodología mixta de análisis teórico-conceptual y estudio experimental cuantitativo.

3.2.1. Estudio teórico-conceptual (Estudio 1)

Durante el proceso de análisis teórico-conceptual (ESTUDIO 1), en primer lugar, se han estudiado las teorías sobre las que se fundamentan las principales propuestas del lenguaje inclusivo (véase la sección de justificación para más detalles sobre estas teorías). Se han examinado en profundidad los argumentos que se emplean tradicionalmente a favor y en contra de las diversas fórmulas para codificar el género. Asimismo, centrándonos en el caso del español, se han estudiado las estrategias alternativas al empleo de expresiones en masculino con una función genérica. Concretamente, se han analizado los principales argumentos esgrimidos hasta la actualidad en contra del uso de estrategias consideradas más inclusivas y fórmulas más tradicionales. Además de comprobar la validez de estos argumentos, por primera vez, hemos relacionado cada argumento en contra del lenguaje inclusivo con la teoría o teorías feministas descritas anteriormente que cada argumento trata de refutar.

Una vez realizado este primer paso, se han analizado los estudios empíricos realizados hasta la actualidad en diferentes lenguas sobre la percepción de diversas estrategias lingüísticas para representar el género: el uso del masculino genérico (en francés, alemán o español, por ejemplo), otras fórmulas para codificar el género (no emplear marcas gramaticales que especifiquen el género de los referentes, como en inglés y euskera) o alternativas consideradas usos más inclusivos (como el empleo de duplicaciones y neologismos para evitar el binarismo de género). Nuestro objetivo fundamental ha sido el de comprender, recopilar y clasificar los resultados de estos estudios para examinar cómo confirman o desmienten las teorías y los argumentos teóricos a favor y en contra del uso del lenguaje inclusivo y otras fórmulas para representar el género.

3.2.2. Estudios experimentales cuantitativos y cualitativos (Estudios 2.1, 2.2 y 2.3)

A) Características comunes

En esta investigación hemos mantenido un control riguroso de las variables experimentales y hemos seguido las recomendaciones y los requisitos metodológicos y éticos del Comité de Ética para las Investigaciones relacionadas con Seres Humanos (CEISH) de la Universidad del País Vasco UPV/EHU en todo momento. De esta forma, nos hemos asegurado de que este proyecto también esté basado en principios éticos sólidos, y que se respeten los derechos y la anonimidad de las personas que han participado en las encuestas y estudios lingüísticos definidos a continuación.

Los ESTUDIOS 2.1, 2.2 y 2.3 comparten unos fundamentos metodológicos propios de los estudios experimentales cuantitativos y las personas participantes completarán el mismo tipo de tarea en los tres estudios. La diferencia entre los tres estudios radica en las características de las personas participantes (edad, localización y número de participantes) y en los materiales y condiciones analizadas en cada estudio (en castellano en los ESTUDIOS 2.1 y 2.2, y en euskera en el estudio 2.3). A continuación, se detallan las características comunes de las tareas de cada estudio y, después, se describen las particularidades de cada estudio.

B) Descripción de las tareas en el cuestionario

Los datos de los tres estudios se han recogido a través de la plataforma “Qualtrics” (<https://www.qualtrics.com/es>, cuyo gasto se ha financiado con la beca de investigación). Esta plataforma nos ha permitido programar los cuestionarios descritos a continuación.

En concreto, sobre la base de la metodología del estudio de Lindqvist et al. (2019), se preparó una encuesta a través de Internet en la que las personas participantes debía leer un único texto inicial que se encontraba redactado siguiendo alguna de las diferentes estrategias lingüísticas de representación del género (es decir, se adoptó un diseño entre sujetos o “between-subjects” en inglés). En concreto, las y los participantes leyeron una descripción de una persona candidata a un puesto de trabajo, claramente escrita por una agencia de contratación profesional, en la que se utiliza una u otra estrategia para representar el género de la persona candidata (es decir, modificando las condiciones [A] - [D] más arriba mencionadas). Después de leer el texto, debían seleccionar a una persona entre varias candidaturas en un contexto de reclutamiento laboral (un puesto en un bufete de asesoramiento jurídico, ya que Carreiras et al. 1996 muestra que, para las y los hablantes de español, la abogacía se considera una profesión neutra en cuanto al género de las personas que la ejercen). El texto era similar al utilizado en Lindqvist et al. (2019) para poder comparar los resultados obtenidos en estas investigaciones con los resultados de hablantes de inglés y sueco.

Tras leer la descripción, las personas participantes debían seleccionar entre cuatro imágenes (dos representaban a mujeres y dos a hombres, que aparecían ordenadas de forma arbitraria a cada participante) a quién creían que aludía la descripción leída (las imágenes pueden verse en el Anexo 1.5). Las imágenes habían sido seleccionadas tras un estudio de normalización (*norming*) donde se habían seleccionado aquellas más acordes con la edad descrita, que fueran consideradas igualmente majas, atractivas y femeninas/masculinas. Además de la información sobre la imagen seleccionada, se guardó la información sobre los tiempos de lectura del texto experimental y el tiempo que se tardaba en seleccionar la imagen.

Para superar las limitaciones del estudio previo (Lindqvist et al. 2019), en los tres estudios experimentales hemos tenido en cuenta variables sociales que podrían afectar a los resultados:

- Por un lado, hemos tratado de lograr una muestra equilibrada de resultados de hombres y mujeres.
- Por otro lado, tras realizar esta tarea, las personas participantes completaron un **formulario sobre sus características demográficas y personales** (edad, género, adhesión al movimiento feminista y afinidad con el colectivo LGTBIQ+) para estudiar si hay una relación entre estos rasgos sociodemográficos y las respuestas ofrecidas en la tarea principal.
- Para asegurarnos de que quien participara leía con atención los textos y preguntas, se incluyeron tres preguntas sencillas de **comprensión lectora** después de la pregunta experimental.
- Tras recopilar los resultados del estudio 2.1, y para entender mejor los motivos que llevan a cada participante a seleccionar una de las imágenes de las personas candidatas al puesto laboral, en el estudio 2.2 en castellano con alumnado universitario y en el 2.3 en euskera con alumnado universitario se incluyeron las siguientes **preguntas exploratorias**:
 - ¿Crees que en los procesos de selección de personal para un puesto de trabajo suele haber sesgos sexistas que determinan a quién se va a elegir?
 - [En caso de que hubieran respondido “sí” arriba] ¿Crees que esa desigualdad hace que se seleccione a más mujeres o a más hombres? (Selección múltiple: más hombres, más mujeres, no sé)
 - ¿Crees que en los procesos de selección de personal cuando se usa alguna estrategia de lenguaje inclusivo para buscar a una persona para un puesto laboral, luego se contratará a más hombres o a más mujeres? (Selección múltiple: más hombres, no cambia, más mujeres, no sé)
 - ¿Qué te ha hecho elegir una imagen u otra después de leer el texto de Recursos Humanos? [Pregunta con respuesta abierta]
- Asimismo, para asegurarnos de que la mayoría de participantes no sabían sobre qué era el experimento, se incluyó la siguiente pregunta con respuesta abierta en el cuestionario después del texto experimental y la selección de la imagen: «¿Qué crees que se investiga en este cuestionario? Si no lo sabes, di “No sé”.»

Además del experimento cuantitativo descrito, como novedades no incluidas en estudios previos se añadieron: el test de sexismo ambivalente ASI, y un cuestionario cuantitativo y cualitativo para mejorar nuestro conocimiento sobre las resistencias y apoyos al uso del lenguaje inclusivo. Pasamos a detallar sus características e interés.

- En cuanto al **test de sexismo ambivalente ASI**, se trata de un test estandarizado que ha sido validado transculturalmente y mide el sexismo ambivalente hacia las mujeres (Glick & Fiske, 1996; Glick et al., 2000). Para el presente estudio se utilizó la versión corta de la adaptación española (Bonilla-Algovia 2021; Bonilla-Algovia & Rivas-Rivero, 2020; Rodríguez et al., 2009). Esta versión fue validada en España (Rodríguez et al., 2009), México y El Salvador (Bonilla-Algovia & Rivas-Rivero, 2020). Consta de doce afirmaciones sobre sexismo hostil (6 ítems; por ejemplo, “Las mujeres exageran los problemas que tienen en el trabajo”) y sexismo benevolente (6 ítems; por ejemplo “Las mujeres deben ser queridas y protegidas por los hombres”). Las respuestas utilizan una escala tipo Likert donde 0 = totalmente en desacuerdo y 5 = totalmente de acuerdo. Para la versión en euskera, se hizo una traducción de la versión en castellano. El test de sexismo ambivalente ASI se pasó para lograr un resultado sobre el

nivel del sexism ambivalente (hostil y benevolente) y poder, así, ver si la puntuación en el ASI influía en la selección de mujeres u hombres tras la lectura del texto experimental.

- En cuanto al **cuestionario cuantitativo y cualitativo final**, para mejorar nuestro conocimiento sobre las resistencias y apoyos al uso del lenguaje inclusivo, se recogieron algunas afirmaciones que muestran resistencia al empleo de estrategias de lenguaje inclusivo (por ejemplo, “Cambiar la lengua hacia un lenguaje más inclusivo es muy difícil y/o innecesario”) y apoyos “Usar un lenguaje más inclusivo nos hace reflexionar nuestras propias inclinaciones sexistas, aunque sean inconscientes”). En el estudio, primero se ofreció una descripción de lo que en la investigación se considera lenguaje inclusivo¹, y luego se presentaron las afirmaciones de resistencia y apoyo aleatorizadas para puntuarlas en una escala Likert donde 0 = totalmente en desacuerdo y 5 = totalmente de acuerdo. Además, se añadieron algunas preguntas cuantitativas y cualitativas más que variaron en los estudios en castellano y en el de euskera para adecuarse a las preguntas de interés en cada lengua/comunidad de hablantes. Esto también sucedió en las condiciones del texto experimental en la tarea de selección de imágenes, por lo que, a continuación, detallamos algunas características de los materiales de estos estudios.

La realización de la actividad al completo tenía una duración aproximada de 11-15 minutos. Los apartados al completo que incluyeron los estudios, resumidos, fueron los siguientes:

1	Consentimiento informado
2	Preguntas básicas de perfil personal (edad, género, lenguas)
3	Texto experimental (agencia de contratación)
4	Selección de imagen
5	Preguntas explicativas sobre la imagen seleccionada (Estudios 2.2 y 2.3)
6	Preguntas de comprensión para asegurar la atención de participantes
7	Escala de sexism ambivalente ASI
8	Preguntas de perfil personal (estudios, identificación con el feminismo o con el colectivo LGTBIQ+)
9	Preguntas cuantitativas y cualitativas sobre el lenguaje inclusivo (resistencias, apoyos, uso y conocimiento de ciertas estrategias)
10	Datos para pago
11	Despedida y enlace a las guías de usos inclusivos del castellano o euskera de Pikara Magazine y UPV/EHU

Tabla 2: Orden de los apartados y tareas al completo que incluyeron los estudios.

¹ “En este cuestionario se hace referencia al ‘lenguaje inclusivo’ en cuanto al género al hablar de las estrategias para expresarse sin discriminar a un sexo, género social o identidad de género en particular y sin perpetuar estereotipos de género. Por ejemplo, en lugar de emplear siempre el masculino genérico ‘los alumnos’, emplear expresiones como ‘las y los estudiantes’, ‘lxs alumnxs’ o ‘el alumnado’.

C) Estudios 2.1 y 2.2 en castellano: Materiales y participantes

Estos dos estudios se llevaron a cabo en castellano. De forma crucial, el texto inicial que leyeron las personas participantes en estos dos estudios empleaba una de las siguientes cuatro fórmulas de tratamiento (es decir, cuatro condiciones):

- [A] fórmulas en masculino genérico en español (“los candidatos”);
- [B] expresiones que no especifican el género del referente (con sustantivos epicenos como en “las personas candidatas”);
- [C] feminización por duplicación (“los y las candidatas”); y
- [D] neologismos para evitar el binarismo del lenguaje (“elle” o “les candidates”).

En castellano el número de palabras de cada texto por condición era el siguiente:

- Condición en masculino: 216 palabras
- Condición con duplicados: 226 palabras
- Condición con expresiones sin marca de género y epicenos: 228 palabras
- Condición con neomorfemas y neopronombres: 215 palabras

El ESTUDIO 2.1 en castellano estaba dirigido a la población general a nivel estatal nativa de español². El diseño del estudio es el mismo que en el ESTUDIO 2.2. La cantidad estimada de participantes en el ESTUDIO 2.1 se estableció en 400 (200 mujeres y 200 hombres).

Las personas que participaron en el **ESTUDIO 2.2 en castellano eran estudiantes de grados universitarios en la Comunidad Autónoma de Euskadi** (en adelante, CAE). En primer lugar, se seleccionó esta población, ya que se espera que los resultados derivados de este proyecto sean comparables con los resultados de estudios previos sobre la percepción de las expresiones de género en otras lenguas (Lindqvist et al. 2019, por ejemplo). Por este motivo, en este estudio hemos centrado nuestra atención en la población universitaria, para que los resultados sean comparables con los obtenidos en el trabajo de investigación de referencia.

En segundo lugar, con este proyecto se espera obtener un retorno, es decir, un beneficio para la población universitaria y las personas jóvenes, de forma general. La Universidad –por su papel de transmisión del conocimiento, socializador y de referencia social– se configura como un agente de cambio decisivo para el avance hacia el empleo reflexivo y crítico de un lenguaje inclusivo e igualitario. De ahí que el lenguaje utilizado por la Universidad deba ser cuidado y deba responder a criterios no sexistas, siendo exponente de sensibilización. En la actualidad, son necesarios los estudios que permitan estimar las actitudes y prácticas de la comunidad universitaria frente a esta cuestión y, así, perfilar sus necesidades formativas. Por tanto, se espera que los resultados de este proyecto contribuyan a definir necesidades y a la posterior sensibilización y formación en lenguaje no sexista dirigido a la comunidad universitaria. Concretamente, entre otros beneficios directos, se espera actualizar el contenido de materias del Área de Lengua española de la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación de Leioa y de la Facultad de Letras en Vitoria-Gasteiz gracias a este proyecto.

La participación siempre era anónima, libre y voluntaria, y en cualquier momento las personas participantes podían renunciar a participar o a entregar sus datos. El reclutamiento de participantes se realizó mediante el contacto con profesoras/es de diversos grados y facultades de la UPV/EHU en

² Los y las participantes se reclutaron a través de la plataforma “Prolific” (<https://www.prolific.co/>). Esta plataforma se emplea internacionalmente y reúne a miles de personas dispuestas a participar en cuestionarios y experimentos remunerados en todo el mundo, y los pone en contacto con las personas investigadoras que buscan participantes para sus estudios.

los campus de Araba y Bizkaia. La cantidad estimada de participantes en el ESTUDIO 2.2 se estableció en 400 (200 mujeres y 200 hombres).

Por último, tras una breve explicación en la que se explicaba en el estudio a qué se hacía referencia al hablar de lenguaje inclusivo³, ambos estudios en castellano incluyeron una serie de **preguntas sobre las resistencias y apoyos al uso del lenguaje inclusivo** (si habían escuchado hablar antes sobre las estrategias de lenguaje inclusivo y qué pensaban sobre ellas o si las empleaban; el listado completo de preguntas se puede encontrar en el Anexo).

D) Estudio 2.3 en euskera: Materiales y participantes

El ESTUDIO 2.3 se llevó a cabo **en euskera entre estudiantes de universidad en la Comunidad Autónoma de Euskadi** (CAE). El texto inicial que leyeron las personas participantes en este estudio empleó una de las siguientes fórmulas de tratamiento:

- [A] las expresiones que no especifican el género del referente (como “hautagaiak” en euskera); o
- [B] la estrategia de feminización por duplicación (“emakume eta gizon hautagaiak”).

El número de palabras en la condición con referencias explícitas a hombres y mujeres era de 174 y en la condición sin marcas de género de 165.

Las personas que participaron en el ESTUDIO 2.3 eran estudiantes de grados universitarios en la Comunidad Autónoma de Euskadi que hablaban y cursaban sus estudios en euskera. De esta manera, los resultados del ESTUDIO 2.3 serán comparables con los del ESTUDIO 2.1 y con los obtenidos en el trabajo de investigación de referencia (Lindqvist et al. 2019).

El reclutamiento de participantes se realizó mediante el contacto con profesoras/es de diversos grados y facultades de la UPV/EHU en los campus de Araba y Bizkaia. Al tener dos condiciones en el experimento principal (la tarea de selección de candidata/o a un puesto laboral) se buscó a 200 participantes para este estudio (100 mujeres y 100 hombres).

Tras una breve explicación en la que se explicaba en el estudio a qué se hacía referencia al hablar de lenguaje inclusivo⁴, ambos estudios en castellano incluyeron una serie de **preguntas sobre las resistencias y apoyos al uso del lenguaje inclusivo** (el listado completo se encuentra en el Anexo 2.3).

³ «En este cuestionario se hace referencia al “lenguaje inclusivo” en cuanto al género al hablar de las estrategias para expresarse sin discriminar a un sexo, género social o identidad de género en particular y sin perpetuar estereotipos de género. Por ejemplo, en lugar de emplear siempre el masculino genérico “los alumnos”, emplear expresiones como “las y los estudiantes”, “lxs alumnxs” o “el alumnado”.»

⁴ «Galdetegi honetan hizkuntzaren erabilera ez sexista edo inklusiboari buruzko galderak izango dituzu orain. Hizkuntzaren erabilera ez sexista edo inklusiboa honela ulertzen da, orokorrean: sexu, genero sozial edo genero identitate jakin bat diskriminatu gabe eta genero estereotipoak iraunarazi gabe pertsonen inguruan hitz egiten denean.»

4. Resultados de la investigación

4.1. Resultados del estudio teórico-conceptual (ESTUDIO 1)

En la Sección 2 sobre el marco teórico detallábamos algunas de las estrategias de lenguaje inclusivo de neutralización y feminización. El uso de esas estrategias ha aumentado en los últimos años a la luz de un debate agitado y complejo. Muchos argumentos a favor y contra del uso de diferentes estrategias de representación de hombres y mujeres a través de la lengua parecen deberse a diferentes concepciones sobre la relación entre lengua, mente y sociedad. Para entender mejor la discusión sobre el uso de estrategias de lenguaje inclusivo, nos parece necesario distinguir tres tipos diferentes de enfoques a favor de las reformas lingüísticas feministas:

- [1] las propuestas *relativistas* (neowhorfistas) defienden la noción de que la lengua moldea nuestra forma de pensar;
- [2] el *enfoque de la invisibilidad* considera que algunos usos lingüísticos contribuyen a la invisibilización de las mujeres;
- y [3] bajo el *enfoque del cambio social* subyace la idea de que las y los hablantes de una lengua en una comunidad de habla determinada pueden cambiar la sociedad, eligiendo y reproduciendo activamente algunos usos lingüísticos concretos (y evitando otros).

Aunque estas tres propuestas difieren en cuanto a su enfoque, no se excluyen mutuamente, como mostraremos en esta sección. En los próximos apartados, primero examinaremos exhaustivamente las teorías y aproximaciones más relevantes que subyacen al uso de diversas estrategias de lenguaje inclusivo. Después, aclararemos los principales argumentos tanto en contra como a favor de los enfoques determinista o neowhorfianista/relativista del lenguaje inclusivo, y de los enfoques invisibilista y pro-cambio social. Para ello, es importante destacar que clasificaremos y analizaremos críticamente los datos empíricos obtenidos en estudios experimentales sobre la representación lingüística de las personas que apoyan o se oponen a estas diferentes teorías.

4.1.1. Principales teorías en las que se basa el uso de las estrategias de lenguaje inclusivo

Con respecto a la Relatividad Lingüística (RL), se ha argumentado que las reformas lingüísticas para evitar el sexismo en el lenguaje se construyen sobre la base del Determinismo Lingüístico o la teoría Sapir-Whorf (Gill, 2020). Sapir (1929) y Lee Whorf (1956/2012) son considerados los precursores de la RL, que postula que la forma de pensar de los individuos depende de la lengua que hablan normalmente.

La tesis original que propusieron Sapir y Whorf ha sido ampliamente rechazada porque la metodología utilizada para probar la hipótesis se consideró inadecuada y porque sus afirmaciones son demasiado restrictivas (véase Acero, 2013). Es importante tener en cuenta que la versión en favor del uso del lenguaje inclusivo de la RL es una aproximación mucho más suave que la hipótesis determinista original. Hoy en día, la mayoría de los defensores de la RL afirman que el lenguaje no determina la forma de pensar de las personas, pero sí puede moldear cómo creamos algunos conceptos y cómo pensamos sobre ellos (Boroditsky, 2001; Levinson, 2003). Un amplio conjunto de estudios empíricos sugiere que el lenguaje no determina la forma de pensar de las personas, pero algunas características

semánticas y gramaticales del lenguaje sí pueden influir en determinados procesos cognitivos. Estas observaciones han dado lugar a lo que se han denominado teorías newhorfianistas.

El **neowhorfianismo** comprende teorías cognitivas sobre cómo las características gramaticales y semánticas específicas de una lengua determinada dan forma a la manera en que las y los hablantes conceptualizan las palabras y, en consecuencia, se modula cómo se comportan e interactúan con el mundo. Algunas autoras y algunos autores newhorfianistas afirman que el género grammatical asignado a un objeto por una lengua influye en las representaciones mentales que las personas tienen de ese objeto (Boroditsky et al. 2003). En esta línea de pensamiento, se ha argumentado que hablar constantemente de quienes ejercen la medicina, por ejemplo, utilizando la expresión masculina “los médicos” en una afirmación genérica puede moldear cómo aprendemos el concepto de esta profesión cuando somos jóvenes. La gente aprende el prototipo de persona que se dedica a la medicina a través de sus experiencias con estas personas y con la imagen de esa profesión que se transmite en su comunidad de habla. Así, el lenguaje es una de las posibles causas que explicaría por qué tenemos expectativas específicas sobre el género de ciertas profesiones y por qué el médico prototípico en nuestro imaginario mental puede ser un hombre, aunque en la actualidad el porcentaje de médicas supere al de médicos en el estado español⁵, por ejemplo.

En cuanto a la **(in)visibilidad**, la mayoría de quienes defienden el uso de estrategias de lenguaje inclusivo afirman que el lenguaje invisibiliza a las mujeres porque muy rara vez se las menciona explícitamente en nuestros discursos. Aunque la idea principal detrás del enfoque de la invisibilidad difiere de las afirmaciones newhorfianas, estas dos aproximaciones comparten algunas nociones importantes. Según quienes defienden el enfoque de la invisibilidad, el lenguaje puede que no moldee directamente la forma de pensar de las personas, pero puede favorecer la construcción de un imaginario masculinizado y hacer que las mujeres sean “invisibles” en la sociedad.

Mientras que el neowhorfianismo se centra en cómo el lenguaje modula el pensamiento, es decir, provoca una tendencia a conceptualizar el mundo de una manera específica, el enfoque de la invisibilidad no se compromete con la idea de que el lenguaje influya en los procesos cognitivos de las y los hablantes. La idea central de la invisibilidad es que el lenguaje posee la capacidad de hacer visibles o invisibles a comunidades o grupos específicos. Aparte de esta diferencia relevante, estas dos teorías están bastante entrelazadas. Quien defiende el enfoque de la invisibilidad también suele afirmar que la forma en que hablamos influye en la sociedad, porque el lenguaje interviene en la construcción de imágenes mentales sociales que nos hacen imaginar cómo se moldea la realidad. En una sociedad donde los hombres parecen estar en todas partes, particularmente en posiciones de poder, el mensaje transmitido se interpretará como que las mujeres están fuera de estas posiciones en la cosmovisión colectiva o el imaginario social. Esta línea de pensamiento ha inspirado muchas guías lingüísticas publicadas a favor de usos más inclusivos del lenguaje. Bengoechea (2003) afirma que, durante la infancia, las mujeres aprenden a ser invisibles y construyen su identidad como las invisibles; y, según ella, el lenguaje tiene un papel importante en este proceso (también Gygax et al., 2009 para una discusión sobre el aprendizaje formal del género grammatical en francés, y Gygax et al., 2019 para la interpretación de genéricos masculinos por niñas y niños franceses).

Llegados a este punto, es importante analizar los posibles significados del término *invisibilidad*. Distinguiremos tres perspectivas diferentes de esta noción. En primer lugar, la invisibilidad puede ser sinónimo de **inexistencia**: cada vez que un grupo (que es relevante en un contexto específico) no es mencionado en algún contexto, ese grupo en particular “no existe”, es decir, su presencia es de alguna

⁵ De Newtral: <https://www.newtral.es/mujeres-profesion-medicina-centros-medicos-sociedades-medicina-espana/20221219/>.

manera negada. La idea de que “Lo que no se nombra no existe”, atribuida al filósofo George Steiner, se ha tomado habitualmente como argumento en defensa del uso de estrategias de lenguaje inclusivo de feminización.

En segundo lugar, la invisibilidad puede entenderse como **consecuencia de un sesgo cognitivo**: la forma en que hablamos puede perpetuar este sesgo sexista que la audiencia ya tiene. En este sentido, el lenguaje no es la causa del sesgo sexista; la sociedad lo es. Por ejemplo, si quienes se dedican a la cirugía en mayor medida son hombres, cuando se pronuncia la expresión masculina “los cirujanos”, se perpetúa el estereotipo de un cirujano masculino. Por el contrario, al pronunciar “los (cirujanos) y las cirujanas”, el hablante está rompiendo el estereotipo, haciendo que el público piense también en las cirujanas.

En tercer lugar, el lenguaje puede considerarse una **herramienta a favor (o en contra) de la visibilización**. Este enfoque lleva la noción de invisibilidad como un sesgo cognitivo un paso más allá y afirma que algunas estrategias de lenguaje inclusivo pueden hacer evidente la presencia de las mujeres a través del lenguaje, dado que las mujeres normalmente son invisibles por razones sociales. El punto relevante es que la única manera de hacer que quienes escuchan o leen un discurso piensen en el grupo invisible es haciendo explícita su presencia a través del lenguaje, y esto puede ayudar a cambiar los prejuicios y sesgos cognitivos de las personas. Cada vez que pronunciamos “los y las cirujanas”, estamos diciendo explícitamente que las cirujanas pueden ser mujeres y estaríamos sembrando el camino para que se considere más normal que haya cirujanas en nuestra sociedad y que la profesión se asocie tanto con mujeres como con hombres.

En consecuencia, según el enfoque de la (in)visibilización, la única manera de evitar la invisibilidad de las mujeres en nuestro imaginario colectivo es hacer explícito que las mujeres están presentes, y se puede alcanzar ese objetivo tomando algunas decisiones lingüísticas específicas que evidencien sin ambigüedades la presencia de este grupo socialmente invisibilizado. Por tanto, cabría reconsiderar el uso de formas gramaticalmente masculinas en su función “genérica” (en adelante, MG) en español, cuyo significado es ambiguo. Tomemos un ejemplo específico. En castellano podríamos pronunciar la frase “Espere a que un médico le llame” sin saber cuál será el sexo del médico. En esta afirmación genérica, la expresión “un médico”, por tanto, puede referirse a una médica o a un médico, teóricamente. Sin embargo, la gente parece interpretar típicamente estas expresiones ambiguas como si se refirieran únicamente a hombres (Guerrero Salazar, 2012; Aliaga, 2018); es decir, muestran un sesgo masculino en su interpretación.

El llamado **sesgo masculino en el uso del lenguaje** se refiere a la percepción sesgada de términos que nombran a personas sin definir su género específicamente como perteneciente únicamente al género masculino (Stahlberg et al., 2007). Los estudios existentes sobre este sesgo sexista han encontrado que es un fenómeno sólido y frecuente en diferentes idiomas (Hamilton, 1991; Stahlberg et al. 2007; Garnham et al., 2012; a.o.). El androcentrismo se considera una de las posibles causas del sesgo masculino en el lenguaje. Desde una perspectiva androcéntrica, los hombres son considerados sujetos de referencia en las declaraciones generales sobre el ser humano y las mujeres quedan invisibles o excluidas de estas declaraciones.

4.1.2. Argumentos a favor y en contra de los enfoques deterministas o neowhorfianos sobre el uso de estrategias de lenguaje inclusivo

A) *Argumento contra el uso de estrategias de lenguaje inclusivo: Las comunidades con genéricos femeninos deberían ser más igualitarias, pero no lo son.*

Contra un enfoque determinista fuerte, muchos y muchas lingüistas y personas expertas en lenguaje han argumentado que no hay una relación causal entre la desigualdad social y el lenguaje. Por ejemplo, Grijelmo (2018) sostiene que muchas sociedades que utilizan formas genéricas femeninas (que, en principio, pueden sugerir una asimetría social a favor de las mujeres) son sociedades patriarcales. Otros investigadores (Bosque, 2012; Gill, 2020) han afirmado que las estrategias de lenguaje inclusivo pueden utilizarse en sociedades patriarcales para expresar mensajes sexistas, y que podemos utilizar otras estrategias para expresar ideas muy inclusivas en cuanto a género. Estos autores defienden la noción de que algunos usos del lenguaje pueden ser sexistas, pero el sexismo no es una parte esencial del lenguaje en sí mismo, sino de las cosas que dicen las personas.

En algunas regiones del mundo, hay idiomas cuya estructura muestra un sesgo sistemático hacia el género gramatical femenino. Esta situación se ha documentado para ciertos idiomas aborígenes australianos (como el Kala Lagaw Ya, un idioma Pama-Nyungan), idiomas nativos americanos (como los idiomas iroqueses Oneida y Seneca) e idiomas africanos (Maasai, un idioma nilótico hablado en Kenia). Por ejemplo, Kala Lagaw Ya posee un sistema gramatical con dos clases: femenina y masculina. La clase masculina se restringe a sustantivos que denominan hombres, animales machos y la luna exclusivamente, mientras que todos los demás sustantivos son femeninos. El género femenino es la elección predeterminada para la clasificación de sustantivos, y puede funcionar de manera genérica para referencias personales en plural (para grupos, incluso si comprenden solo hombres). No obstante, esas comunidades no se caracterizan por ser más igualitarias que otras en las que se emplean el masculino genérico. De esta forma, no parece que hablar una lengua en la que el género gramatical femenino sea el género no marcado o predeterminado nos asegure que su comunidad sea menos sexista.

En contra de estos argumentos, en experimentos previos sí que se ha observado una correlación entre las marcas gramaticales de género y las estadísticas en igualdad de género. Así, entre los países en los que la lengua presenta diferencias de género gramatical encontraron una menor igualdad de género en comparación con los países en los que se habla una lengua que no muestra marcas de género, o que distingue el género solo en pronombres de tercera persona como el inglés (Prewitt-Freilino et al. 2012). Los autores encontraron tal efecto incluso controlando factores potencialmente influyentes en la igualdad de género (como la región geográfica, la tradición religiosa, el sistema político, el desarrollo general).

En este punto, es importante recordar que la versión de la hipótesis de la relatividad lingüística detrás de las estrategias de lenguaje inclusivo es mucho más suave que las teorías deterministas del lenguaje. Un enfoque determinista fuerte sobre las consecuencias sociales de nuestros usos lingüísticos debería ser cuestionado y aún investigado más a fondo. Las personas que defienden el neowhorfianismo no predicen que las comunidades en las que las personas usan estrategias más inclusivas serán necesariamente más feministas. Afirman que las diferencias lingüísticas pueden *modular* cómo las y los hablantes de diferentes idiomas categorizan algunos aspectos de su realidad y, por lo tanto, sus pensamientos y su desempeño pueden diferir. Por lo tanto, no hay una relación determinista entre el lenguaje y la sociedad: otras dinámicas culturales y sociales sistemáticas influyen en la forma en que las personas piensan. Con respecto a las estrategias de lenguaje inclusivo, el neowhorfianismo no predice que el solo uso de estas estrategias (sin ningún otro cambio social) sea suficiente para

promover la igualdad social: puede darse el caso de que el uso de estrategias de lenguaje inclusivo produzca algunos cambios positivos que no son visibles debido a otros factores culturales y sociales que desequilibran la balanza en contra de la equidad.

B) Argumento contra el uso de estrategias de lenguaje inclusivo: El género gramatical es arbitrario y tiene consecuencias completamente inocuas o neutrales.

En el contexto específico del idioma español, el debate se ha centrado en el uso del género masculino para referirse a grupos que incluyen hombres y mujeres. Por ejemplo, expresiones masculinas como "los alumnos" se usan generalmente para referirse a grupos mixtos o a un grupo de personas cuyo género es irrelevante o desconocido. Según algunas personas defensoras del feminismo, el uso del masculino con sentido genérico contribuye a invisibilizar o excluir a los estudiantes no masculinos. Contrariamente a esta idea, se ha argumentado que quienes defienden el uso de estrategias de lenguaje inclusivo confunden el género gramatical con la identidad de género de la persona. Es decir, que hay una falsa correspondencia entre el género de la persona (a veces denominado *género semántico*) y el género gramatical, ya que el género gramatical y la identidad de género o sexual no siempre convergen. Por ejemplo, la palabra española "lámpara" es femenina gramaticalmente y la palabra "suelo" es masculina. No hay nada en estos dos objetos que los haga masculinos o femeninos. La asignación de un género gramatical u otro parece ser arbitraria. Cuando hablamos de individuos sexuados, el español principalmente utiliza términos masculinos y femeninos que coinciden con su sexo biológico, pero esto no ocurre en muchos casos, como con genéricos, sustantivos colectivos, sustantivos epicenos ("la persona", una palabra femenina que puede referirse a cualquier ser humano), etc. Estas expresiones llevan marcas de género gramatical, pero su género gramatical no está directamente relacionado con el género social/semántico de su referente.

A pesar de que el género gramatical de una palabra no determine el género social/semántico de su referente, la investigación empírica ha demostrado que la presencia de marcas gramaticales de género puede ser un factor relevante para interpretar una expresión dada (ver Konishi, 1993; Flaherty 2001). Experimentos previos muestran que, aunque la asignación de un género u otro a una palabra puede ser arbitraria, las marcas de género gramatical pueden influir en cómo las personas perciben estos objetos. Es decir, a pesar de ser arbitrario, el género gramatical tiene un impacto en cómo las personas categorizan y conceptualizan el referente de una palabra dada. Puede que las palabras marcadas con un género gramatical particular (como en el caso de los genéricos masculinos) influyan en cómo las personas conceptualizan el referente de esas palabras.

4.1.3. Argumentos a favor y en contra de los enfoques de invisibilidad y pro-cambio hacia las estrategias de lenguaje inclusivo

A) Argumento contra el uso de estrategias de lenguaje inclusivo: La ambigüedad potencial de las formas masculinas genéricas se resuelve en el contexto.

En contra del enfoque de la invisibilidad, también se ha afirmado que las formas en masculino genérico solo son potencialmente ambiguas, pero no en su uso real. Escandell-Vidal (2020) y Mendivil-Giró (2020) defienden que, al interpretar el habla natural, normalmente e inmediatamente se entiende si una expresión masculina ambigua tiene una interpretación inclusiva para todos los géneros o hace referencia únicamente a varones. Estos autores argumentan que es la interpretación exclusiva (solo varones) la que requiere una especificación adicional.

Como afirma Bosque (2012), el uso del masculino genérico para designar grupos de mujeres y hombres está firmemente establecido en muchas gramáticas, como la del español. En Sanford (1985) y Carreiras et al. (1996) se muestra que existe una tendencia a considerar a los referentes de nombres ambiguos como referentes masculinos en inglés y español, y argumentan que se debe al uso de masculino genérico y a los estereotipos sociales (o roles sexistas) establecidos en estas comunidades lingüísticas. Estos autores sugieren que la información sobre estereotipos de género se reproduce en formas lingüísticas que no tienen señales gramaticales de género o que son ambiguas, y mantienen así asimetrías sociales de género.

Por otro lado, Martyna (1978) observa que los roles de género estereotipados afectan a la interpretación de sustantivos en inglés que no especifican el género del referente. Según sus resultados, es probable que los sujetos escriban "un ingeniero ..., él", "una secretaria ..., ella", y "un ser humano ..., ellos", y tanto los pronombres utilizados como las imágenes (es decir, qué imágenes habían venido a la mente de las personas participantes mientras completaban las oraciones) tendían a coincidir con el estereotipo de género del antecedente (véase también Garnham et al., 2002).

De esta manera, estudios empíricos (Perissinotto 1983; Stahlberg et al. 2007; Gygax et al. 2008; Garnham et al. 2012) en varios idiomas sugieren que la información sobre los estereotipos de género se reproduce en formas lingüísticas que no muestran señales gramaticales de género o que son ambiguas, como en el caso de las formas en masculino genérico. Por lo tanto, esos usos pueden reproducir asimetrías de género predominantes en la sociedad. Mientras que los estereotipos de género socialmente arraigados parecen desempeñar un papel importante en la representación mental del género en idiomas con sustantivos sin marcas de género como el inglés, en idiomas con marcas de género, las señales gramaticales de género también entran en juego y a veces parecen modular nuestra interpretación de las expresiones referentes a personas.

B) Argumento contra el uso de estrategias de lenguaje inclusivo: Son innecesarias.

La Real Academia Española (RAE 2020) considera que el uso de duplicaciones y sustantivos epicenos es gramatical pero innecesario en castellano, ya que las formas en masculino genérico en singular ("el detenido") o en plural ("los detenidos") pueden referirse tanto a mujeres como a hombres.

La mayoría de los estudios sobre sesgos de género en el uso del lenguaje se han realizado en inglés o alemán. En lo que respecta al inglés, se puede encontrar evidencia de un sesgo masculino, por ejemplo, en estudios de Moulton et al. (1978), Wilson & Ng (1988), Hamilton (1988, 1991), Khosroshahi (1989), Stahlberg & Sczesny (2001) o Lindqvist et al. (2019), más recientemente. Como afirma Sczesny et al. (2016), los hallazgos empíricos sobre las desventajas o asimetrías que generan las formas en masculino genérico han sido ignorados entre controversias políticas y discusiones públicas sobre las estrategias de lenguaje inclusivo.

La mayoría de estas investigaciones encontraron que, cuando se usaban formas de lenguaje inclusivo en lugar de expresiones en masculino genérico, se promovía la inclusión cognitiva de las mujeres y se debilitaba el sesgo masculino. Aunque los efectos de este sesgo variaban en grado y no se confirmaban en todas las condiciones experimentales de todas las investigaciones empíricas, es evidente que es la tendencia más general que ha surgido en los estudios empíricos (véanse Stahlberg et al. 2007 para una revisión del tema y Lindqvist et al 2019 para ver un estudio empírico reciente). Entonces, los resultados empíricos sí sugieren que, puesta la paridad social entre hombres y mujeres como objetivo, las formas que empleamos para denominar a los seres humanos juegan un papel relevante y no deben ser descartadas por "innecesarias".

C) Argumento contra el uso de estrategias de lenguaje inclusivo: Las estrategias de lenguaje inclusivo son menos comprensibles, menos económicas y más difíciles de usar.

Se ha argumentado que el uso de algunas estrategias de lenguaje inclusivo que visibilizan a mujeres y personas no binarias pueden requerir un alto nivel de atención a la gramática y que pueden ser muy difíciles de procesar o entender. Esta observación se ha utilizado para desarrollar un argumento en contra de las pautas publicadas por algunas instituciones (Gill, 2020): el uso de estrategias de lenguaje inclusivo requiere que quien habla sea muy consciente de su gramática, lo cual puede ser particularmente difícil para personas con niveles de estudio bajos. Además, se ha argumentado que es muy problemático que un grupo particular de personas decida que deberían evitarse algunas expresiones (que la mayoría de hablantes usan todos los días), como las formas en masculino genérico (Bosque, 2012; Martínez, 2008).

Una de las estrategias de lenguaje inclusivo más criticadas es la coordinación de pares (ejemplo: “los empleados y las empleadas avisaron a los profesores y las profesoras de que sus hijos e hijas no podrían ir al colegio ese día”). La crítica parece obvia: las repeticiones pueden resultar agotadoras para hablantes y público. Se ha argumentado no solo que esta estrategia es demasiado exigente, sino también que va en contra del Principio de economía del lenguaje, que discutiremos a continuación. Contra la idea de que usar estrategias de lenguaje inclusivo es muy difícil o exigente (Parks & Roberton, 1998), la investigación empírica ha mostrado que leer un texto escrito usando lenguaje inclusivo no es más exigente que leer un texto que no contiene estrategias inclusivas. La calidad del texto (Rothmund & Christmann, 2002) y el procesamiento cognitivo no se ven afectados por el uso de lenguaje inclusivo (Braun et al., 2007). También es importante tener en cuenta que estos experimentos no miden el esfuerzo cognitivo de la persona hablante, sino tienen en cuenta solo la perspectiva de la persona destinataria.

En cuanto al Principio de economía del lenguaje, según Jespersen (1949) o Zipf (1949), la economía lingüística se logra mejor cuando la energía de procesamiento de la(s) persona(s) destinataria(s) y la energía articulatoria de la persona hablante se economizan de manera óptima al comunicar un mensaje. En esta línea, el Principio de economía del lenguaje no sería solo una cuestión de usar menos palabras, sino también de reducir la energía de procesamiento de las personas destinatarias. Con lo cual, no está claro que las estrategias de lenguaje inclusivo sean menos económicas en este sentido, ya que pueden facilitar que el mensaje no sea ambiguo, por ejemplo.

Asimismo, es importante destacar que todas las definiciones de la economía del lenguaje asumen que no es una ley que debamos seguir, sino una regla descriptiva que (como hablantes) cumplimos típicamente. Álvarez Mellado (2018) sostiene que, aunque las personas generalmente tienen una inclinación hacia la economía lingüística, la economía del lenguaje no es una regla obligatoria que los usuarios del lenguaje siempre deban obedecer. De hecho, en muchos casos, las y los hablantes no siguen la economía del lenguaje, por ejemplo, por razones expresivas (por ejemplo, ante una invitación, no es lo mismo responder un mero “no” que responder “gracias, pero no me va a ser posible porque...”).

4.2. Resultados de los estudios experimentales cuantitativos y cualitativos

4.2.1. ESTUDIO 2.1. Resultados con población general en castellano

El ESTUDIO 2.1 en castellano estaba dirigido a la población general a nivel estatal nativa de español. Recordamos que los y las participantes se reclutaron a través de la plataforma “Prolific”.

A) Resultados en la elección del profesional según el texto leído

Tras analizar los datos obtenidos en ese primer estudio, observamos un sesgo femenino en los datos ($p = 0.014$): 178 elecciones de imágenes de hombre y 222 de imágenes de mujer de 400 participantes.

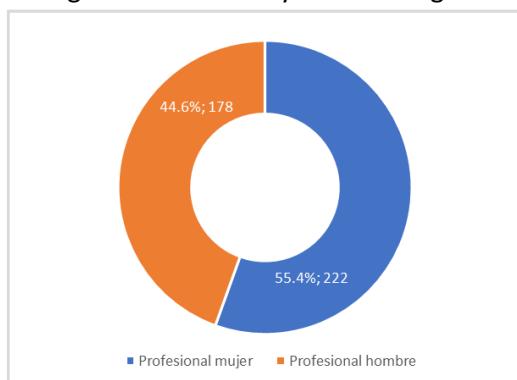


Figura 1: Cantidad de imágenes de hombres o mujeres seleccionadas en el Estudio 2.1. en castellano con población general.

Aunque los porcentajes anteriores podrían parecer relativamente equilibrados, podemos observar que la **condición de lectura del texto experimental modula la elección de una imagen** de mujer u hombre ($p < 0.001$).

	Elección hombre	Elección mujer	Total
Masculino	63	37	100
Duplicados	40	60	100
Epicenos	40	60	100
Neomorfema	35	65	100
Total	222	178	400

Tabla 3: Selección de imágenes de mujeres u hombres según la condición del texto experimental.

Las respuestas según la condición de lectura del texto experimental ofrecen resultados muy distintos ($p < 0.001$ en la comparación entre un modelo generalizado binomial con condición y sin condición entre los predictores). Por lo tanto, los datos de cada condición se han analizado por separado con la elección del mejor entre varios modelos generalizados binomiales, tomando en cuenta como predictores (variables independientes) el género y la edad de las personas participantes, y los resultados del test de sexismo ambivalente ASI.

Para comprobar si la condición modula significativamente la elección de la imagen se crearon dos modelos generalizados. La variable dependiente, en ambos casos, era la elección (imagen de hombre vs. imagen de mujer). El primer modelo (completo) contenía condición, media de resultados del cuestionario ASI y género de la persona participante como predictores. El segundo (reducido), contenía solo la media de los resultados del test de sexismo ambivalente ASI y género de la persona participante como predictores. Los resultados de una ANOVA (análisis de la varianza) entre los dos modelos indican que el mejor modelo (el que mejor representa los datos) es el modelo completo ($p <$

0.001): es decir, la condición modula la elección de la imagen. Por lo tanto, se han llevado a cabo análisis estadísticos sucesivos por cada una de las condiciones separadamente. Por cada condición, se seleccionó el mejor modelo por medio de ANOVAs, a partir de un modelo generalizado completo con media de resultados del test de sexism ambivalente ASI, edad y género de la persona participante como predictores.

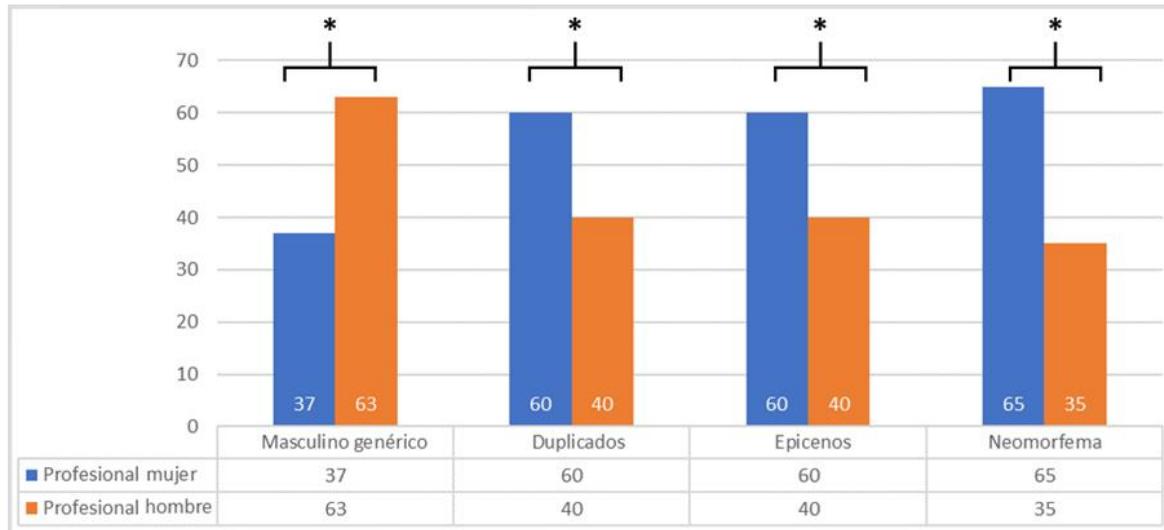


Figura 2: Selección de imágenes de hombres o mujeres según la condición del texto experimental. Las condiciones con asterisco han mostrado diferencias estadísticamente significativas en la selección de imágenes de mujeres u hombres.

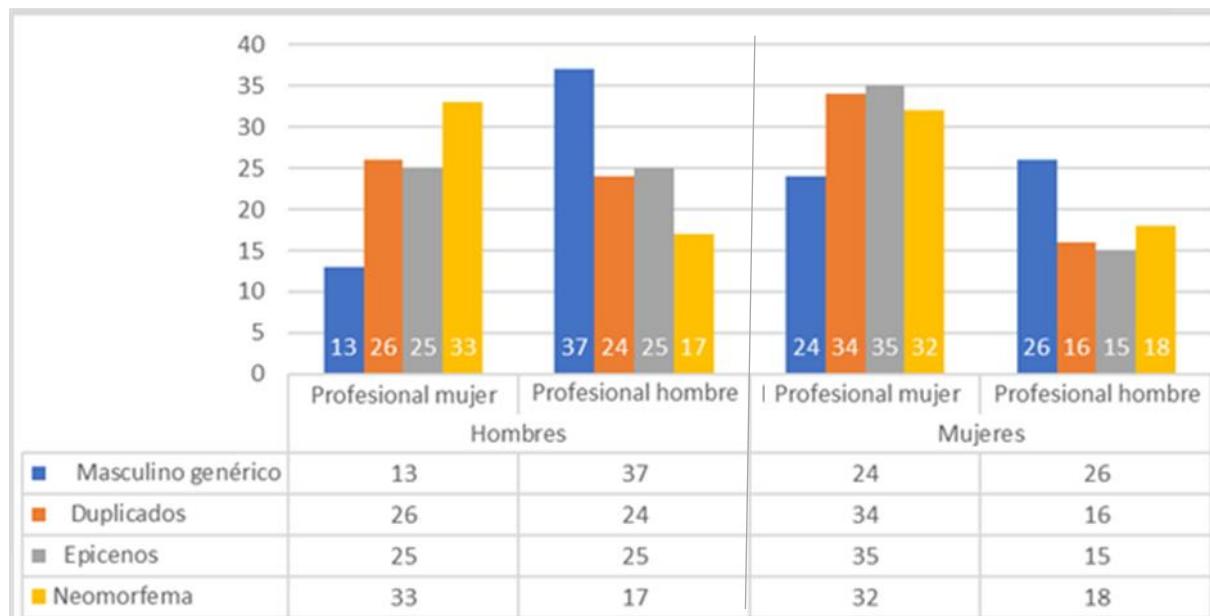


Figura 3: Selección de imágenes de hombres o mujeres según tanto la condición del texto experimental como el género de la persona participante.

En la condición en **masculino**, encontramos un **sesgo masculino** ($p = 0.004$). Además, los resultados de la **escala ASI de sexism hostil y benevolente modulan la elección de la imagen** ($p = 0.026$): cuanto mayor puntuación en la escala de sexism hostil y sexism benevolente, se observan más elecciones de imágenes masculinas.

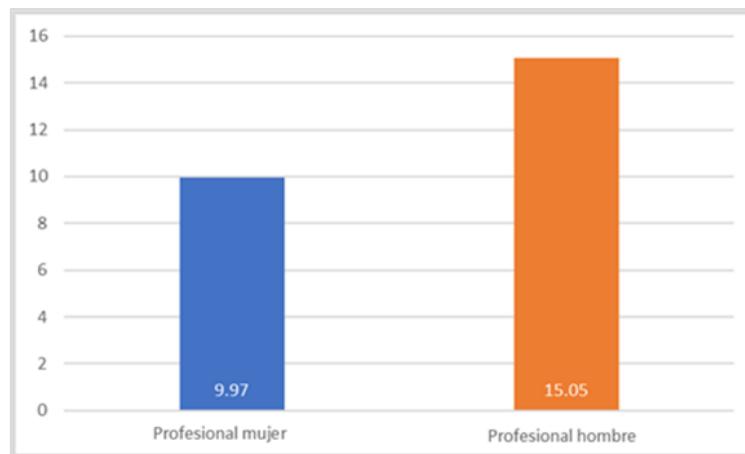


Figura 4: Puntuaciones medias en el test de sexismo ambivalente ASI (cuya puntuación máxima es 60) según la imagen seleccionada en la condición en masculino.

En la condición de **duplicados**, observamos un sesgo **femenino** ($p = 0.022$). Además, existe una tendencia hacia un efecto de la escala de sexismo (cuanta mayor es la puntuación en la escala de sexismo, más elecciones de imágenes femeninas), aunque el efecto no sea significativo ($p = 0.073$). Asimismo, el **género** de las personas participantes modula la elección ($p = 0.0256$): **las mujeres tienden a elegir imágenes de mujeres** en esta condición.

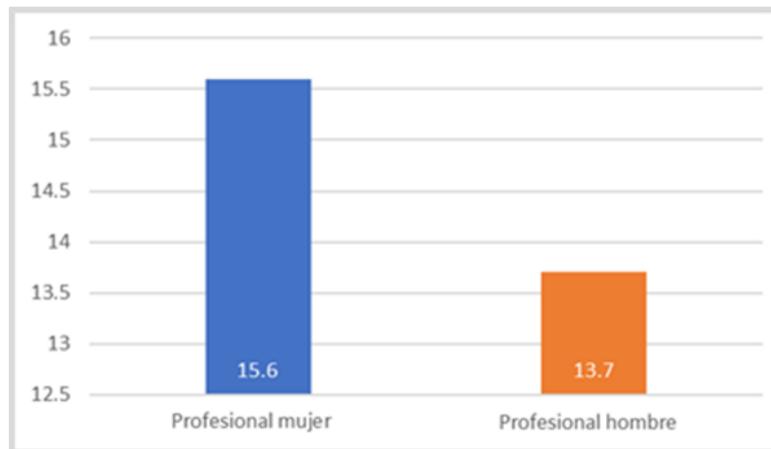


Figura 5: Puntuaciones medias en el test de sexismo ambivalente ASI el test de sexismo ambivalente ASI (cuya puntuación máxima es 60) según la imagen seleccionada en la condición de duplicados.

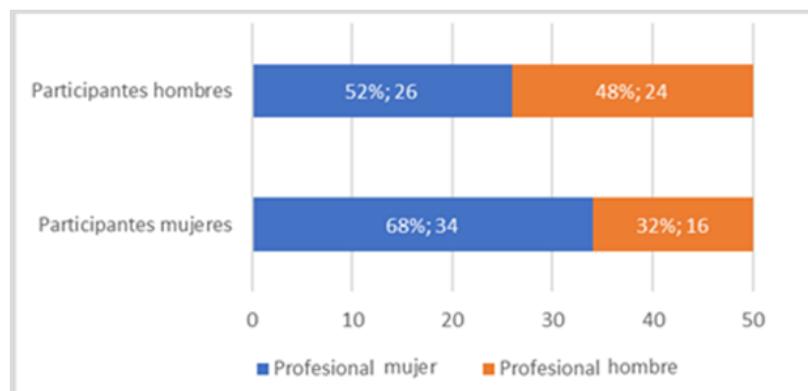


Figura 6: Selección de imágenes de mujeres u hombres según el género de la persona participante en la condición de duplicados.

En la condición de **epicenos**, observamos un sesgo **femenino** en la elección del profesional ($p = 0.022$). Al observar en mayor detalle la selección de imagen según el género de la persona participante, encontramos que el **género** modula la elección: **solo las mujeres muestran un sesgo femenino** hacia elegir imágenes femeninas en esta condición con epicenos ($p = 0.043$); los hombres seleccionan imágenes de mujeres u hombres de forma arbitraria.

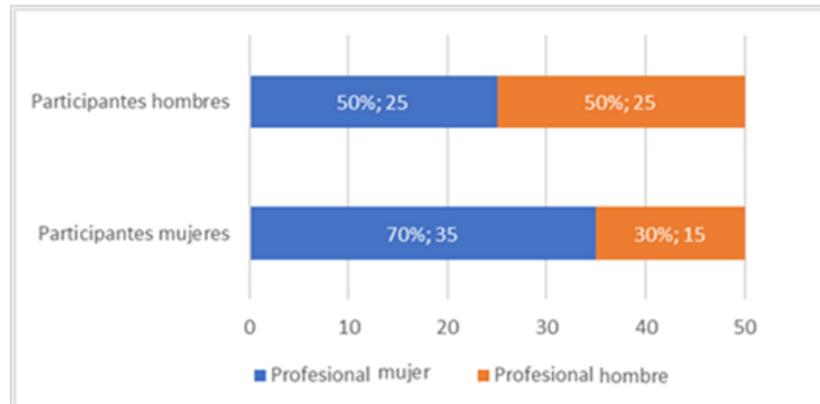


Figura 7: Selección de imágenes de mujeres u hombres según el género de la persona participante en la condición de expresiones sin marcas de género o epicenos.

En la condición de **neomorfema**, observamos un **sesgo femenino** ($p = 0.001$). Asimismo, **la edad** de las y los participantes modula la elección de la imagen ($p < 0.001$): las personas que eligen imágenes de mujeres son más jóvenes que las que eligen a hombres.

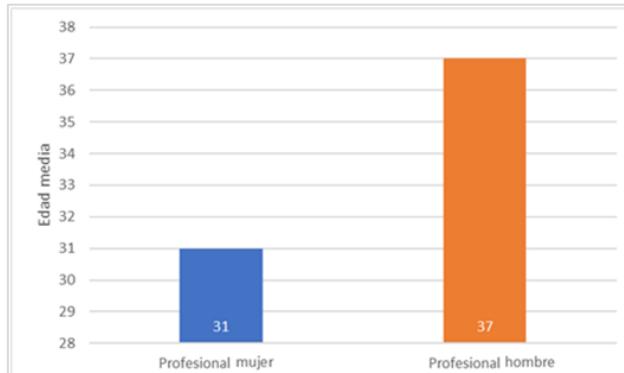


Figura 8: Edad media (eje Y) por cada persona que haya elegido una imagen femenina (izquierda) o masculina (derecha) en la condición de neomorfema. La diferencia es significativa; en esta condición las personas que eligen imágenes de hombres son mayores que las que eligen imágenes de mujeres.

B) Resultados en los tiempos de lectura de las cuatro condiciones

En cuanto a los tiempos de lectura del texto experimental para cada condición:

Condiciones	Media	Desviación estándar
Masculino	114	103
Duplicación	102	69
Epicenos	120	229
Neomorfema	126	137

Tabla 4: Tiempos medios de lectura del texto experimental en segundos y su desviación estándar por condición.

Se creó un modelo lineal completo con variable dependiente tiempo de lectura y condición como predictor, y se comparó este modelo con un modelo nulo. La comparación demuestra que **la condición en la que está redactado el texto no influye en los tiempos de lectura** ($p = 0.68$). Es decir, el hecho de que el texto esté escrito en lenguaje inclusivo no hace que los tiempos de lectura se prolonguen de forma significativa.

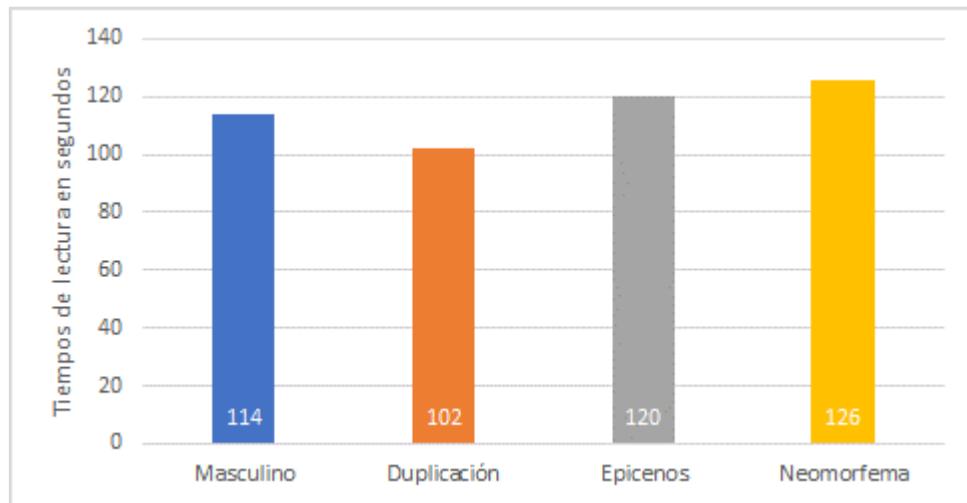


Figura 9: *Tiempos de lectura medios de cada condición en segundos. La diferencia no es significativa ($p = 0.68$)*

C) Resultados en el apartado de resistencias y apoyos al uso del lenguaje inclusivo

En cuanto al **análisis de las resistencias y apoyos hacia el lenguaje inclusivo**, los resultados (mediana y moda) son los recogidos en la siguiente tabla, siendo 1 = para nada de acuerdo y 6 = completamente de acuerdo. Un número inferior o igual al 3 en una resistencia indica que las personas participantes no están de acuerdo con esa resistencia y, por lo tanto, están apoyando el lenguaje inclusivo. En cambio, un número mayor o igual al 4 en un apoyo indica que las personas participantes no apoyan el lenguaje inclusivo en base a ese razonamiento.

Los resultados muestran que no hay muchas resistencias hacia el lenguaje inclusivo; solo la resistencia G tiene la mediana 4 (“algo de acuerdo”) y la moda 6 (“completamente de acuerdo”): “Deberíamos centrarnos en los problemas más graves de injusticias sociales, como por ejemplo la pobreza, y no preocuparnos por la forma en la que hablamos”. En cuanto a los apoyos hacia el lenguaje inclusivo, algunos no reciben buena puntuación. En estos casos, la mediana es de 3 o menor y la moda es 1:

- A. El uso constante del masculino genérico y la falta de lenguaje inclusivo invisibilizan a las mujeres, sobre todo en puestos de poder y trabajos masculinizados.
- B. No usar lenguaje inclusivo y emplear constantemente el masculino genérico excluyen a algunas personas y colectivos.
- D. Al no usar lenguaje inclusivo perpetuamos sesgos sexistas que existen en nuestra sociedad
- F. El lenguaje inclusivo es fácil de usar al hablar.
- I. El uso constante del masculino genérico me incomoda o no me gusta.
- J. Usar constantemente el masculino genérico y no usar un lenguaje más inclusivo invisibiliza a las mujeres o a las personas no binarias.

Resistencias	Resultados hacia el lenguaje inclusivo	Moda	Mediana	1: "para nada de acuerdo"	2: "en desacuerdo"	3: "algo en desacuerdo"	4: "algo de acuerdo"	5: "de acuerdo"	6: "totalmente de acuerdo"
A. Hablando de lenguaje inclusivo, las autoridades del lenguaje (filólogos, diccionarios o profesores) son quienes tienen la última palabra sobre cuál es la forma correcta de usar la lengua.	A favor	1	3	106	66	70	80	41	37
B. Cambiar la lengua hacia un lenguaje más inclusivo es muy difícil y/o innecesario.	A favor	1	3	79	75	69	62	51	64
C. Hablando de lenguaje inclusivo, creo que el castellano lleva mucho tiempo siendo como es y no debería cambiarse.	A favor	1	3	100	77	71	60	50	42
D. No deberíamos hacer caso a las exigencias de las mujeres o de las personas trans sobre los cambios lingüísticos.	A favor	1	2	139	63	89	44	27	38
E. En el mundo solo hay dos géneros: masculino y femenino. Por eso no hay que introducir cambios lingüísticos en cuanto a los géneros gramaticales.	A favor	1	3	138	57	62	48	40	55
F. Hay diferencias claras entre hombres y mujeres, y es normal que lenguaje muestre esas diferencias.	A favor	1	3	109	71	79	76	39	26
G. Deberíamos centrarnos en los problemas más graves de injusticias sociales, como por ejemplo la pobreza, y no preocuparnos por la forma en la que hablamos.	En contra	6	4	51	50	55	59	71	114
H. Quienes proponen cambios en el lenguaje quieren controlar o censurar nuestra libertad de expresión.	A favor	1	2	152	80	49	43	42	34
I. Usar lenguaje inclusivo es inútil y ridículo.	A favor	1	3	115	67	65	48	41	64
J. Cambiar la forma en la que hablamos para intentar ser más inclusivos no nos aportaría ninguna ventaja social ni más igualdad.	A favor	1	3	86	65	62	44	65	78
K. El lenguaje inclusivo nos distrae del mensaje que estamos leyendo o escuchando y se nos olvida que lo importante es el contenido de lo que queremos decir.	A favor	1	3	96	58	54	76	50	66

Apoyos	Resultados hacia el lenguaje inclusivo	Moda	Mediana	1: "para nada de acuerdo"	2: "en desacuerdo"	3: "algo en desacuerdo"	4: "algo de acuerdo"	5: "de acuerdo"	6: "totalmente de acuerdo"
A. El uso constante del masculino genérico y la falta de lenguaje inclusivo invisibilizan a las mujeres, sobre todo en puestos de poder y trabajos masculinizados.	En contra	1	3	103	62	51	68	59	57
B. No usar lenguaje inclusivo y emplear constantemente el masculino genérico excluyen a algunas personas y colectivos.	En contra	1	3	108	44	52	76	67	53
C. Usar un lenguaje más inclusivo nos hace reflexionar nuestras propias inclinaciones sexistas, aunque sean inconscientes.	A favor	4	4	87	45	44	99	75	50
D. Al no usar lenguaje inclusivo perpetuamos sesgos sexistas que existen en nuestra sociedad.	En contra	1	3	105	64	58	77	55	41
E. El lenguaje inclusivo es fácil de usar al escribir.	A favor	5	4	68	60	55	78	90	49
F. El lenguaje inclusivo es fácil de usar al hablar.	En contra	1	3	85	74	72	84	60	25
G. El lenguaje inclusivo es fácil de entender.	A favor	5	4	49	32	43	84	115	77
H. Debemos usar el lenguaje inclusivo para que la lengua refleje los cambios que realizamos en nuestra sociedad.	A favor	4	4	78	44	58	87	77	56
I. El uso constante del masculino genérico me incomoda o no me gusta.	En contra	1	2	141	79	71	46	36	27
J. Usar constantemente el masculino genérico y no usar un lenguaje más inclusivo invisibiliza a las mujeres o a las personas no binarias.	En contra	1	3	109	58	51	71	54	57

Tabla 5: Resultados del cuestionario cuantitativo de resistencias y apoyos hacia las estrategias de lenguaje inclusivo y hacia el masculino genérico.

Otras preguntas sobre el uso y facilidad del lenguaje inclusivo:

“¿Sueles **usar** lenguaje inclusivo?” En una escala del 1 al 5, la mediana es 2 (“rara vez”), la moda es **1** (“nunca”).

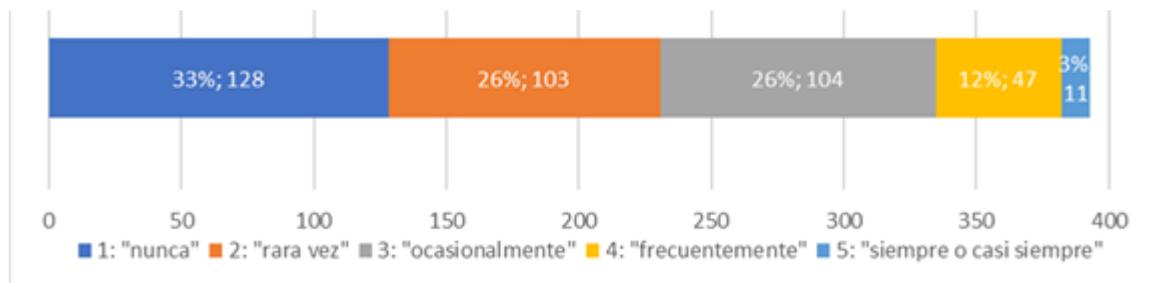


Figura 10: Percepción del uso de estrategias de lenguaje inclusivo.

“¿Te parece **fácil hablar** utilizando alguna estrategia de lenguaje inclusivo?” En una escala del 1 al 6, la mediana es **3** (“**difícil**”), la moda es 3.

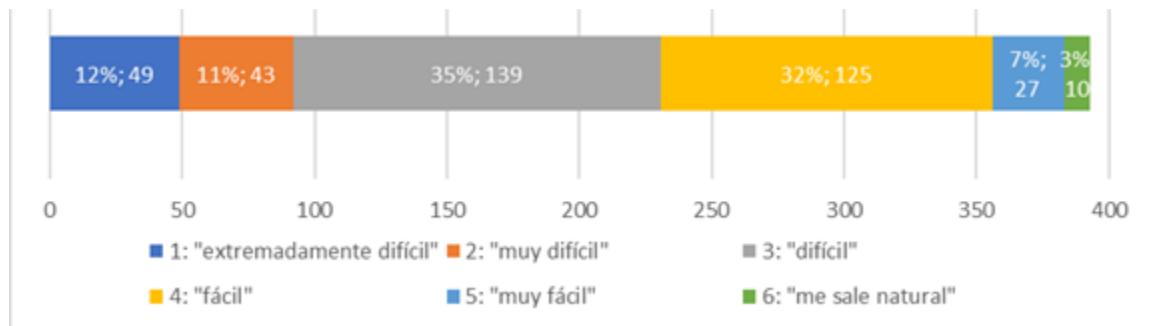


Figura 11: Percepción de la facilidad al hablar empleando estrategias de lenguaje inclusivo.

“¿Te parece **fácil escribir** utilizando alguna estrategia de lenguaje inclusivo?” En una escala del 1 al 6, la mediana es **4** (“**fácil**”), la moda es 4.

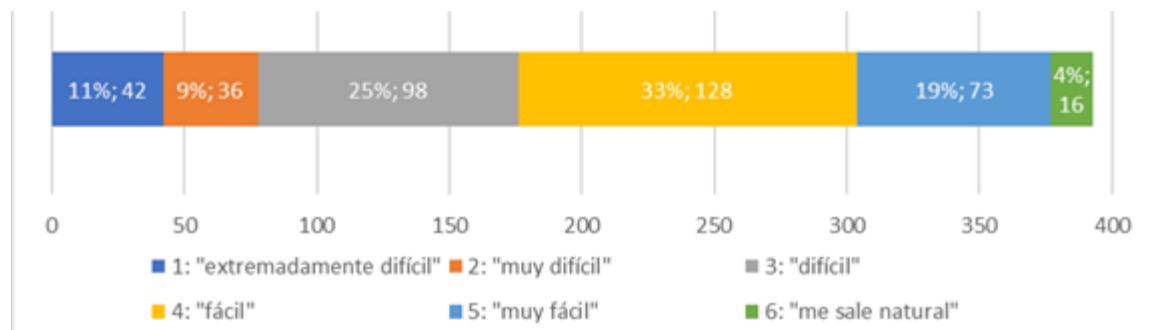


Figura 12: Percepción de la facilidad de escribir empleando estrategias de lenguaje inclusivo.

Resultados sobre los neomorfemas:

La **familiaridad** (en una escala del 1 al 5) hacia el neomorfema recibió una puntuación mediana de **2** (“poco familiar”). La moda es 1 (“nada familiar”).

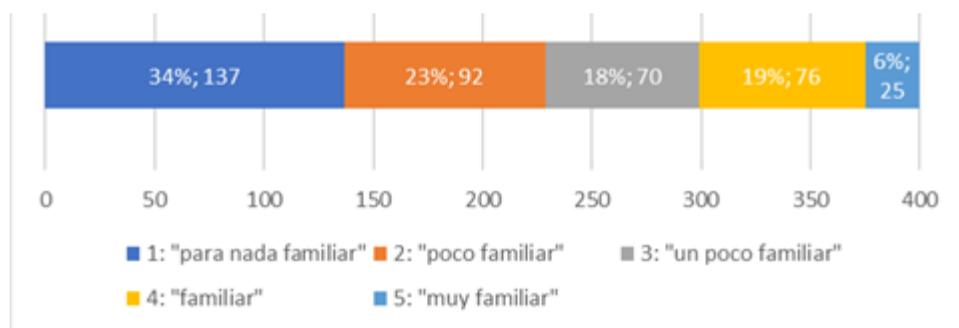


Figura 13: Percepción de la familiaridad hacia el neomorfema “e”.

La **aceptabilidad** (en una escala del 1 al 5) del neomorfema recibió una puntuación mediana de **2** (“poco aceptable”). La moda es 1 (“nada aceptable”).

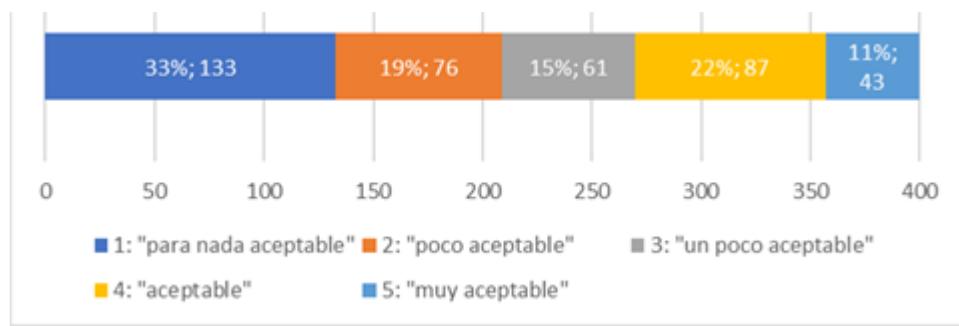


Figura 14: Aceptabilidad del neomorfema “e”.

El **uso** del neomorfema (en una escala de 1 a 3) recibió una puntuación mediana de **1** (“no, nunca”). La moda es 1.



Figura 15: Percepción del uso del neomorfema “e”.

Reflexión general sobre los resultados del estudio en castellano con población general:

- Existen varias diferencias entre el estudio previo de Lindqvist et al. (2019) y el estudio 2.1 aquí presentado. Por un lado, las condiciones son diferentes por razones gramaticales, puesto que en español existe una estrategia de masculino genérico, y en sueco e inglés no. Además, en este estudio en castellano el texto experimental se encuentra en plural (para facilitar la interpretación

genérica del masculino), no en singular como sucedía en estudios previos. Por otro lado, la cultura y el contexto histórico-político en el que se llevan a cabo los dos estudios son diferentes (Suecia y EEUU en 2017 vs. estado español en 2024). Finalmente, el perfil de las personas participantes también es diferente, ya que quienes participaron en los estudios de Lindqvist et al. eran estudiantes de universidad (18-22 años) y el estudio cuyos resultados se presentan en esta sección se dirige a la población general: la media de edad es de 33 años (18 a 74 años, sobre todo con resultados de población entre 20-46 años).

- A pesar de estas diferencias, encontramos tendencias parecidas al comparar los resultados de los estudios en sueco e inglés con el de castellano. En las condiciones de lenguaje inclusivo en inglés y sueco (duplicación y neomorfema) el sesgo masculino desaparece con el incremento de elecciones de imágenes de mujeres. En el presente estudio llevado a cabo en castellano, la condición de masculino genérico muestra un sesgo masculino, mientras que en todas las otras condiciones este sesgo ya no solo desaparece, sino que se revierte, haciendo que las personas participantes elijan más imágenes de mujeres que de hombres.
- La similitud entre los resultados de lenguas germánicas (sueco e inglés) y el castellano, lengua romance, no se puede dar por supuesta. Un problema especialmente notorio en estudios de lingüística y psicolingüística consiste en que se propongan hipótesis y se lleven a cabo experimentos exclusivamente en idiomas indoeuropeos y/o germánicos, y se generalicen sus resultados a cualquier otra lengua o cultura. Eso hace que se dejen a un lado lenguas no indoeuropeas con características lingüísticas distintas, entre ellas, el euskera, del que hablaremos en la sección 4.2.3. Por esta razón creemos que es fundamental replicar diferentes estudios a diferentes idiomas, y no dar por sentados sus resultados.
- Sería particularmente interesante extender este estudio a un mayor número de población, porque los resultados por género han mostrado ser muy diferentes y todavía podríamos lograr una mayor fuerza estadística por género y condición aumentando el número de participantes. Esto permitiría hacer análisis ulteriores que tengan en cuenta las interacciones entre las variables independientes.
- Para corroborar los resultados encontrados en la población general y asegurarnos de que los efectos se deban a la manipulación experimental, para los estudios con población universitaria en euskera y castellano se decidió añadir preguntas explicativas para entender mejor los resultados, especialmente dirigidas a entender si la interacción entre la condición y las opiniones personales sobre los procesos de selección del personal pueden haber tenido un efecto de confusión en los resultados. Por esta razón, en los estudios 2.2 (castellano, población universitaria) y 2.3 (euskeras, población universitaria) se añadieron las siguientes preguntas explicativas:
 - 1) ¿Crees que en los procesos de selección de personal para un puesto de trabajo suele haber sesgos sexistas que determinan a quién se va a elegir?
 - 2) [EN CASO DE QUE HAYAN RESPONDIDO “SÍ” ARRIBA] ¿Crees que esa desigualdad hace que se seleccione a más mujeres o a más hombres? (Selección múltiple: más H, más M, no sé)
 - 3) ¿Crees que en los procesos de selección de personal cuando se usa alguna estrategia de lenguaje inclusivo para buscar a una persona para un puesto laboral, luego se contratará a más hombres o a más mujeres? (Selección múltiple: más H, no cambia, más M, no sé)
 - 4) ¿Qué te ha hecho elegir una imagen u otra después de leer el texto de Recursos Humanos? (pregunta abierta)

4.2.2. ESTUDIO 2.2. Resultados con alumnado universitario en la CAE en castellano

Se han guardado las respuestas únicamente de las personas que indicaron tener género masculino o femenino, y que se consideran cisgénero. No se han incluido en el análisis las respuestas de las personas que no respondieron correctamente a al menos 2 de 3 preguntas de comprensión lectora. La edad media de las personas que participaron era 20.13, desviación estándar = 3.07. Se testaron 202 mujeres y 141 hombres, y la distribución de participantes por género y condición fue la siguiente:

Condiciones	Hombres	Mujeres	Total
Masculino	40	50	90
Duplicados	32	48	80
Epicenos	40	51	91
Neomorfema	29	53	82
Total	141	202	343

Tabla 6: Número de participantes por género y condición en el Estudio 2.2.

Datos estadísticos

Aunque todo el alumnado participante cursaba sus estudios en alguno de los campus de la Universidad del País Vasco UPV/EHU, en la siguiente tabla recogemos la comunidad de procedencia de este alumnado:

CAE	315
Navarra	10
Castilla y León	6
Cantabria	5
La Rioja	4
Andalucía	1
Aragón	1
Comunidad Valenciana	1

Tabla 7: Comunidad de procedencia del alumnado universitario del Estudio 2.2.

Según la facultad en la que cursaban sus estudios, esta es la división del alumnado:

Letras	133
Ingeniería	78
Ciencias Sociales y de la Comunicación	51
Farmacia	20
Deporte	18
Ciencia y Tecnología	11
Informática	5
Medicina y Enfermería	3
Bellas Artes	2
Economía y Empresa	2
Educación Filosofía Antropología	2
Psicología	2
Laborales y Trabajo Social	1

Tabla 8: Facultad en la que cursa sus estudios el alumnado universitario del estudio 2.2.

A) Resultados en la elección del profesional según el texto leído

En el estudio en castellano con población universitaria en la CAE, los 340 participantes seleccionaron 174 imágenes de mujeres y 169 imágenes de hombres. Como primer paso, se ha comprobado si en los datos sin distinguir entre condición existe un sesgo de género hacia una imagen masculina o femenina. Un *t-test* unilateral (*one tailed*) muestra que no hay un aparente sesgo de género ($p = 0.394$), sino que, dejando a un lado el efecto de la condición, la elección de la imagen hombre o mujer es al azar.

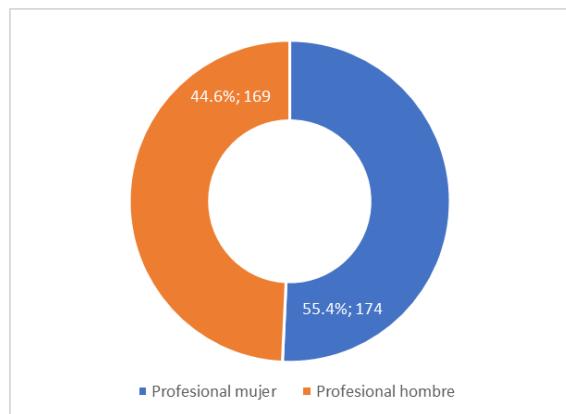


Figura 16: Cantidad total de imágenes de hombres o mujeres seleccionadas en el Estudio 2.1. en castellano con población universitaria.

Aunque los porcentajes anteriores podrían parecer relativamente equilibrados, vamos a observar a continuación que la condición de lectura modula la elección de la imagen.

Condiciones	Elección hombre	Elección mujer	Total
Masculino genérico	59	31	90
Duplicados	35	45	80
Epicenos	45	46	91
Neomorfema	35	47	82
Total	169	174	343

Tabla 9: Selección de imágenes de mujeres u hombres según la condición del texto experimental.

Para comprobar si la condición modula significativamente la elección de la imagen se crearon dos modelos generalizados. La variable dependiente, en ambos casos, era la elección (imagen de hombre vs. imagen de mujer). El primer modelo (completo) contenía condición, media de resultados del cuestionario ASI y género de la persona participante como predictores. El segundo (reducido), contenía solo la media de los resultados del test de sexismo ambivalente ASI y género de la persona participante como predictores. Los resultados de una ANOVA (análisis de la varianza) entre los dos modelos indican que el mejor modelo (el que mejor representa los datos) es el modelo completo ($p = 0.012$): es decir, la condición modula la elección de la imagen. Por lo tanto, se han llevado a cabo análisis estadísticos sucesivos por cada una de las condiciones separadamente. Por cada condición, se seleccionó el mejor modelo por medio de ANOVAs, a partir de un modelo generalizado completo con media de resultados del test de sexismo ambivalente ASI y género de la persona participante como predictores.

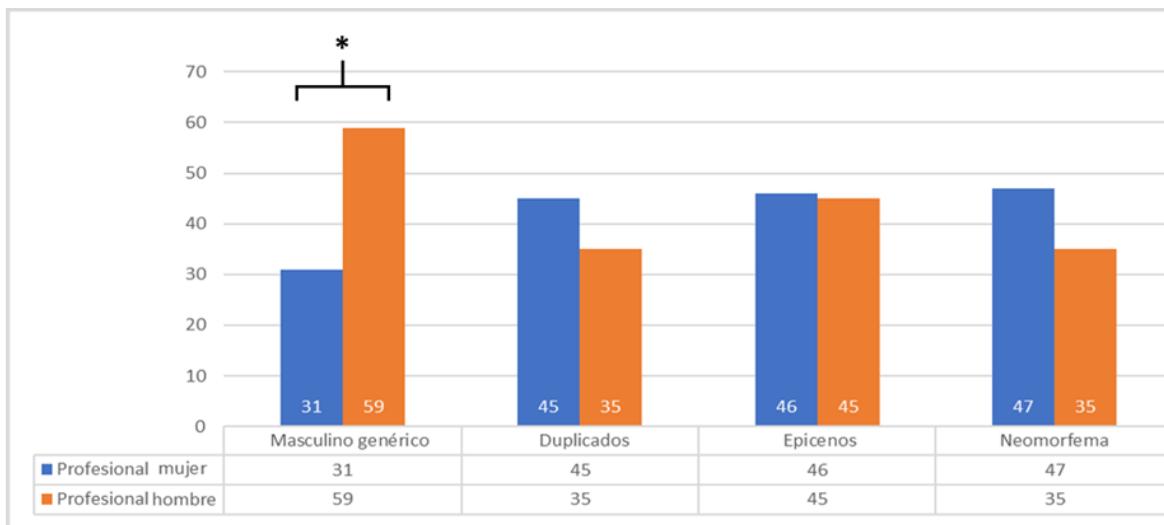


Figura 17: Cantidad de imágenes de hombres o mujeres seleccionadas por condición en el Estudio 2.2. en castellano con población universitaria. Las condiciones con asterisco han mostrado diferencias estadísticamente significativas en la selección de imágenes de mujeres u hombres.

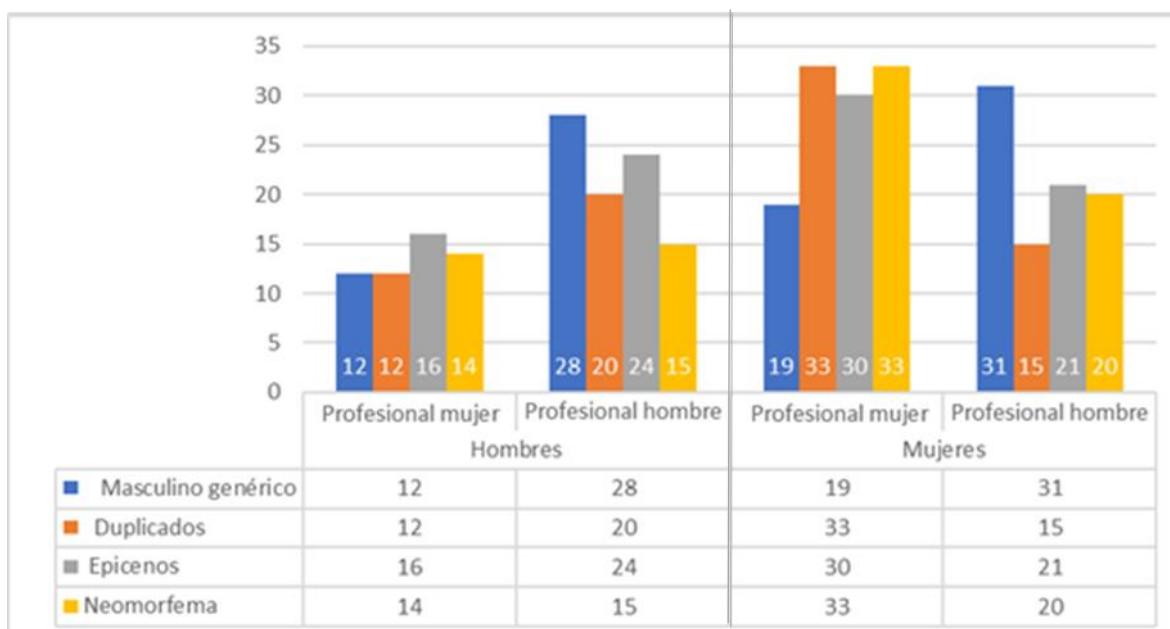


Figura 18: Selección de imágenes de hombres o mujeres según tanto la condición del texto experimental como el género de la persona participante.

En la condición de **masculino genérico**, un *t-test* unilateral demuestra que en esta condición hay un **sesgo masculino** ($p = 0.001$). Además, tras el análisis de los modelos generalizados binomiales, vemos que ni el género de las personas participantes ni los resultados del test de sexismo ambivalente ASI modulan la elección de la imagen.

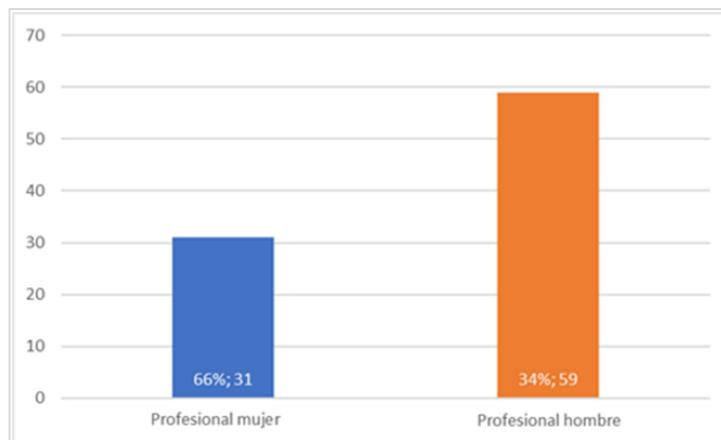


Figura 19: Selección de imágenes de mujeres u hombres en la condición en masculino.

En la condición de **duplicados**, un *t-test* unilateral demuestra que en esta condición **no hay ningún sesgo** en la selección de la imagen ($p = 0.133$), es decir, parece que las personas participantes seleccionaron imágenes de mujeres u hombres de forma arbitraria. Por otro lado, los resultados en la **escala ASI de sexismo hostil y benevolente modulan la elección de la imagen** ($p = 0.016$): cuanto mayor es el resultado en la escala de sexismo ambivalente ASI, **más elecciones de imágenes hombres** encontramos, y viceversa.

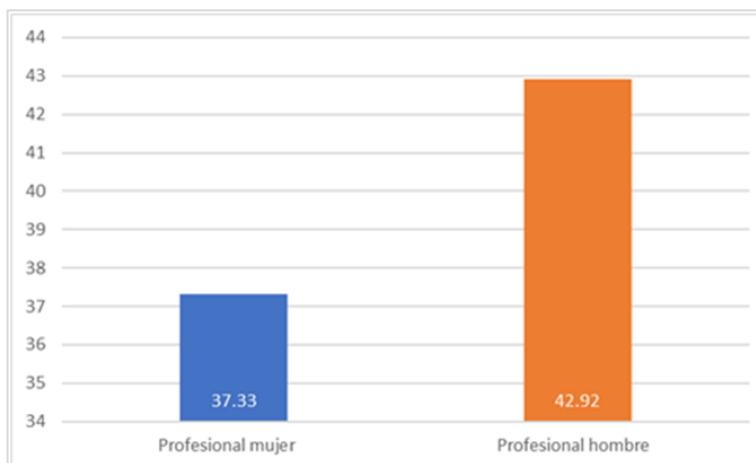


Figura 20: Puntuaciones medias en el test de sexismo ambivalente ASI según la imagen seleccionada en la condición de duplicados.

En la condición de **epicenos**, un *t-test* unilateral demuestra que en esta condición **no hay ningún sesgo** en la selección de la imagen ($p = 0.459$), es decir, parece que las personas participantes seleccionaron imágenes de mujeres u hombres de forma arbitraria. Aparte, el **género de las personas participantes tiende a modular la elección de la imagen** ($p = 0.076$): los hombres tienden a tener un sesgo masculino, y las mujeres un sesgo femenino, aunque la diferencia no llegue a ser significativa.

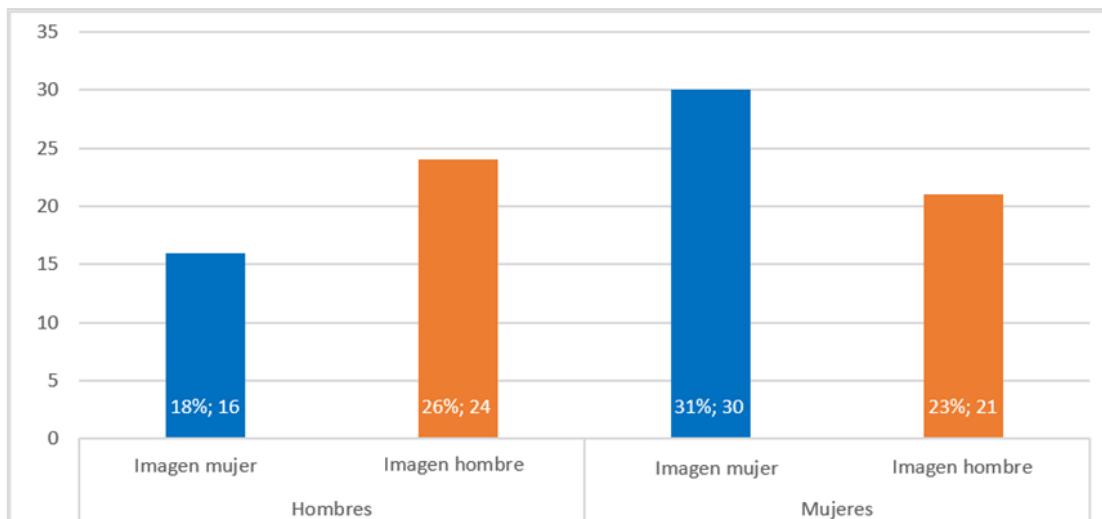


Figura 21: Selección de imágenes de profesionales mujeres u hombres según el género de la persona participante en la condición de expresiones sin marcas de género y epicenos.

En la condición de neomorfema, un *t-test* unilateral demuestra que en esta condición **no hay ningún sesgo** en la selección de la imagen ($p = 0.093$), es decir, parece que las personas participantes seleccionaron imágenes de mujeres u hombres de forma arbitraria. El mejor modelo para explicar los datos es un modelo vacío, lo que indica que ni el género de las personas participantes ni los resultados del test de sexismo ambivalente ASI modulan la elección de imágenes de mujeres u hombres.

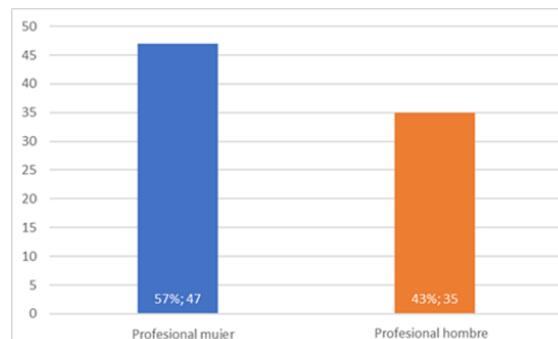


Figura 22: Selección de imágenes de mujeres u hombres según el género de la persona participante en la condición de neomorfema.

B) Resultados en los tiempos de lectura de las cuatro condiciones

En cuanto a los tiempos de lectura del texto experimental para cada condición:

Condiciones	Media	Desviación estándar
Masculino	118	61
Duplicación	117	70
Epicenos	122	85
Neomorfema	118	68

Tabla 10: Tiempos medios de lectura del texto experimental en segundos y su desviación estándar por condición.

Se creó un modelo lineal completo con variable dependiente tiempo de lectura y condición como predictor, y se comparó este modelo con un modelo nulo. La comparación demuestra que la condición en la que está redactado el texto no influye en los tiempos de lectura ($p = 0.968$). Es decir, el hecho de que el texto esté escrito con alguna de las consideradas estrategias de lenguaje inclusivo no hace que los tiempos de lectura se prolonguen de forma significativa.

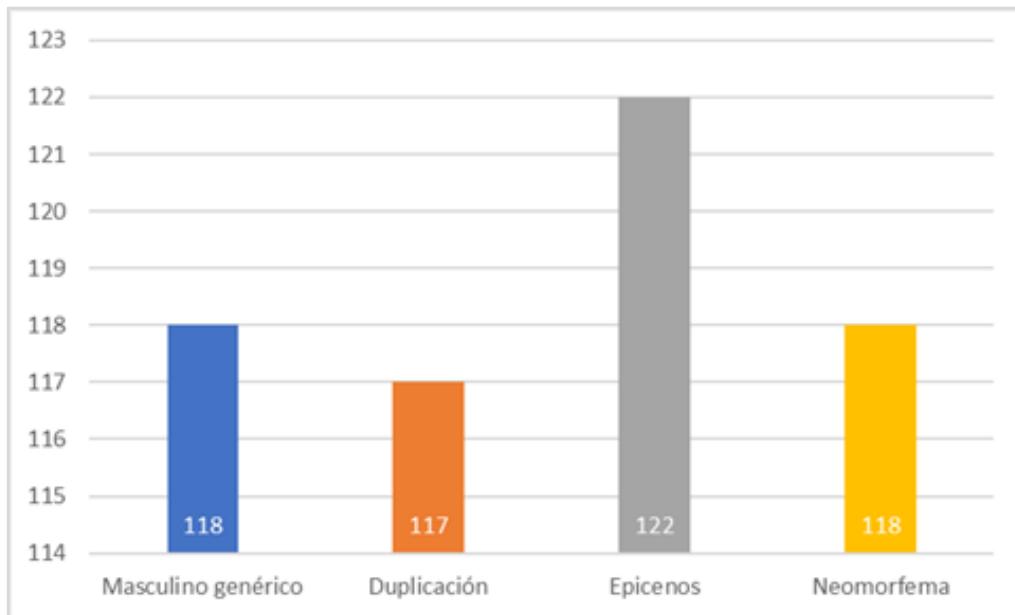


Figura 23: Tiempos de lectura medios de cada condición en segundos.

C) Resultados en el apartado de resistencias y apoyos al uso del lenguaje inclusivo, y en la percepción de sesgos relacionados con el género

En cuanto a la **percepción de sesgos relacionados con el género en las empresas**, el 79% de las personas entrevistadas creen que las empresas **sí tienen un sesgo sexista** a la hora de emplear a una persona. De estas personas, el 76% creen que este sesgo hará que se empleen más hombres que mujeres. Mirando los datos, parece que las participantes mujeres son las que más opinan que hay un sesgo sexista (masculino) en los procesos de selección del personal.

	No hay sesgo	Sesgo masculino	Sesgo femenino	No sabe
Participante hombre	20	59	5	29
Participante mujer	11	148	1	30
Suma	31 (10%)	207 (68%)	6 (0,02%)	59 (20%)

Tabla 11: Percepción de sesgos sexistas en la selección de personal para un puesto laboral.

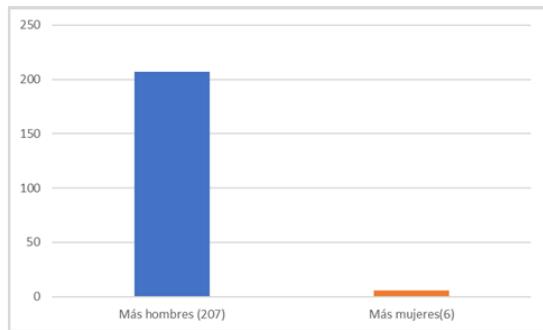


Figura 24: Respuestas sobre la percepción de sesgos sexistas en selección de personal. Respuestas a la pregunta “¿En qué dirección va el sesgo sexista que existe en la selección del personal?”.

En la pregunta “En los procesos de selección del personal, cuando se usa alguna estrategia de lenguaje inclusivo para buscar a una persona para un puesto laboral, ¿crees que...?”, las respuestas fueron las siguientes: el 45% de las personas entrevistadas contestaron que no hay relación entre el uso de lenguaje inclusivo y la selección del personal; el 22% no sabe; el 19% opina que se elegirá a más mujeres; Y el 14% opina que se elegirá más a hombres.

Comparando los datos de esta última pregunta con la selección de la imagen del experimento principal, no parece haber correlación.

	Más hombres	Más mujeres	No afecta	No sabe	Suma
Imagen mujer	20	35	78	41	174
Imagen hombre	28	32	75	34	139
Suma	48 (14%)	67 (19%)	153 (45%)	75 (21%)	343

Tabla 12: Percepción de una posible relación entre que un anuncio para un puesto esté escrito con alguna estrategia de lenguaje inclusivo y que existan sesgos sexistas en la elección.

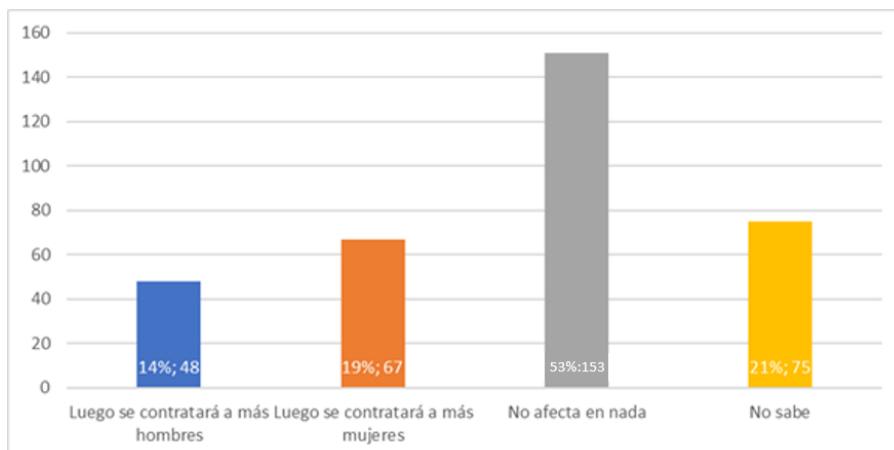


Figura 25: Respuestas sobre la percepción de sesgos sexistas en la selección de personal. Respuestas a la pregunta “En los procesos de selección del personal, cuando se usa alguna estrategia de lenguaje inclusivo para buscar a una persona para un puesto laboral, ¿crees que...?”.

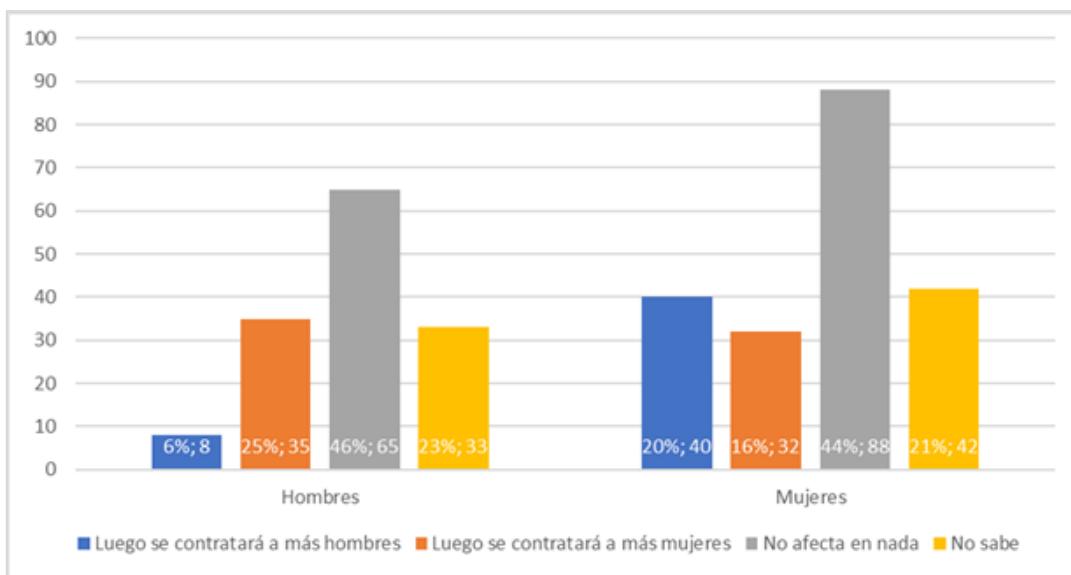


Figura 26: *Respuestas sobre la percepción de sesgos sexistas en la selección de personal cuando se usa alguna estrategia de lenguaje inclusivo en el anuncio, según el género de la persona participante.*

En cuanto al **análisis de las resistencias y apoyos hacia el lenguaje inclusivo**, los resultados (mediana y moda) son los siguientes, siendo 1 = para nada de acuerdo y 6 = completamente de acuerdo. Un número inferior o igual al 3 en una resistencia indica que las personas participantes no están de acuerdo con esa resistencia y, por lo tanto, están apoyando el lenguaje inclusivo. En cambio, un número mayor o igual al 4 en un apoyo indica que las personas participantes no apoyan el lenguaje inclusivo en base a ese razonamiento.

Resistencias	Resultados hacia el lenguaje inclusivo	Moda	Mediana	1: "para nada de acuerdo"	2: "en desacuerdo"	3: "algo en desacuerdo"	4: "algo de acuerdo"	5: "de acuerdo"	6: "totalmente de acuerdo"
A. Hablando de lenguaje inclusivo, las autoridades del lenguaje (filólogos, diccionarios o profesores) son quienes tienen la última palabra sobre cuál es la forma correcta de usar la lengua.	A favor	2	3	57	79	54	73	57	23
B. Cambiar la lengua hacia un lenguaje más inclusivo es muy difícil y/o innecesario.	A favor	1	3	77	77	75	63	31	20
C. Hablando de lenguaje inclusivo, creo que el castellano lleva mucho tiempo siendo como es y no debería cambiarse.	A favor	1	2	100	79	67	48	33	16
D. No deberíamos hacer caso a las exigencias de las mujeres o de las personas trans sobre los cambios lingüísticos.	A favor	1	2	161	75	59	23	15	10
E. En el mundo solo hay dos géneros: masculino y femenino. Por eso no hay que introducir cambios lingüísticos en cuanto a los géneros gramaticales.	A favor	1	2	151	66	44	37	30	15
F. Hay diferencias claras entre hombres y mujeres, y es normal que lenguaje muestre esas diferencias.	A favor	1	3	84	69	70	81	31	8
G. Deberíamos centrarnos en los problemas más graves de injusticias sociales, como por ejemplo la pobreza, y no preocuparnos por la forma en la que hablamos.	En contra	4	4	31	56	63	80	54	59
H. Quienes proponen cambios en el lenguaje quieren controlar o censurar nuestra libertad de expresión.	A favor	1	2	146	99	42	39	10	7
I. Usar lenguaje inclusivo es inútil y ridículo.	A favor	1	2	122	88	49	48	21	15
J. Cambiar la forma en la que hablamos para intentar ser más inclusivos no nos aportaría ninguna ventaja social ni más igualdad.	A favor	2	3	78	88	82	47	27	21
K. El lenguaje inclusivo nos distrae del mensaje que estamos leyendo o escuchando y se nos olvida que lo importante es el contenido de lo que queremos decir.	A favor	1	3	86	80	54	72	30	21

Apoyos	Resultados hacia el lenguaje inclusivo	Moda	Mediana	1: "para nada de acuerdo"	2: "en desacuerdo"	3: "algo en desacuerdo"	4: "algo de acuerdo"	5: "de acuerdo"	6: "totalmente de acuerdo"
A. El uso constante del masculino genérico y la falta de lenguaje inclusivo invisibilizan a las mujeres, sobre todo en puestos de poder y trabajos masculinizados.	En contra	5	4	51	45	50	67	75	55
B. No usar lenguaje inclusivo y emplear constantemente el masculino genérico excluyen a algunas personas y colectivos.	En contra	5	4	46	38	54	64	87	54
C. Usar un lenguaje más inclusivo nos hace reflexionar nuestras propias inclinaciones sexistas, aunque sean inconscientes.	A favor	4	4	26	39	51	93	92	42
D. Al no usar lenguaje inclusivo perpetuamos sesgos sexistas que existen en nuestra sociedad.	A favor	4	4	46	49	61	84	64	39
E. El lenguaje inclusivo es fácil de usar al escribir.	A favor	5	4	29	42	52	91	94	35
F. El lenguaje inclusivo es fácil de usar al hablar.	En contra	3	3	43	64	77	75	58	26
G. El lenguaje inclusivo es fácil de entender.	A favor	5	5	19	28	44	65	120	67
H. Debemos usar el lenguaje inclusivo para que la lengua refleje los cambios que realizamos en nuestra sociedad	A favor	5	4	31	42	51	79	85	55
I. El uso constante del masculino genérico me incomoda o no me gusta.	En contra	1	2	110	64	53	58	38	20
J. Usar constantemente el masculino genérico y no usar un lenguaje más inclusivo invisibiliza a las mujeres o a las personas no binarias.	A favor	4	4	56	44	39	85	71	48

Tabla 13: Resultados en la escala del 1 = totalmente en desacuerdo a 6 = totalmente de acuerdo del cuestionario cuantitativo de apoyos y resistencias a las estrategias de lenguaje inclusivo.

Los resultados muestran que, en general, la actitud hacia el lenguaje inclusivo es positiva. Sin embargo, las personas entrevistadas se encuentran de acuerdo en que:

- Deberíamos centrarnos en los problemas más graves de injusticias sociales, como por ejemplo la pobreza, y no preocuparnos por la forma en la que hablamos (mediana y moda = 4, es decir, “algo de acuerdo”);
- El lenguaje inclusivo **no** es fácil de usar al hablar (mediana y moda del apoyo correspondiente = 3, es decir, “algo en desacuerdo”);
- El uso constante del masculino genérico **no** los incomoda (mediana del apoyo correspondiente = 2, es decir, “en desacuerdo”; moda del apoyo correspondiente = 1, es decir, “para nada de acuerdo”).

En cuanto a las **experiencias y percepciones hacia el lenguaje inclusivo**, destacamos que las personas entrevistadas coinciden en que el lenguaje inclusivo es fácil de entender (moda y mediana = 5, es decir, “de acuerdo”). Las personas que participaron en el estudio dicen que no suelen hablar usando lenguaje inclusivo (mediana y moda = 2, es decir, “rara vez”, en una escala del 1 al 5). Además, de forma parecida a lo que se encuentra en el análisis de apoyos y resistencias, las personas entrevistadas coinciden en que el lenguaje inclusivo es “fácil” de escribir (moda y mediana = 4), aunque consideren que es “difícil” a la hora de hablar (moda y mediana = 3) y que solo lo usen “rara vez” (moda y mediana = 2).

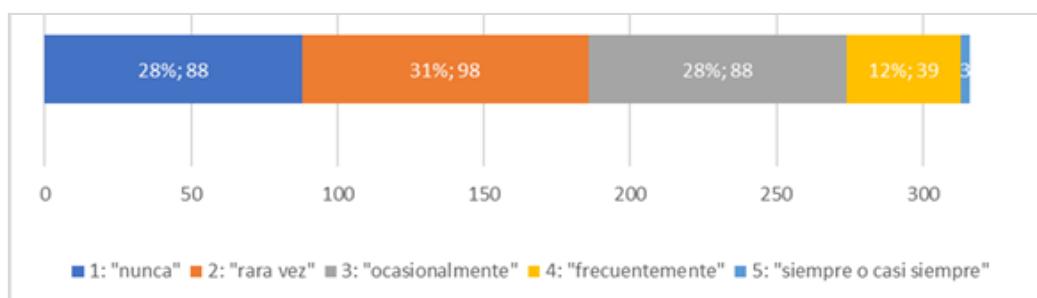


Figura 27: Uso del lenguaje inclusivo.

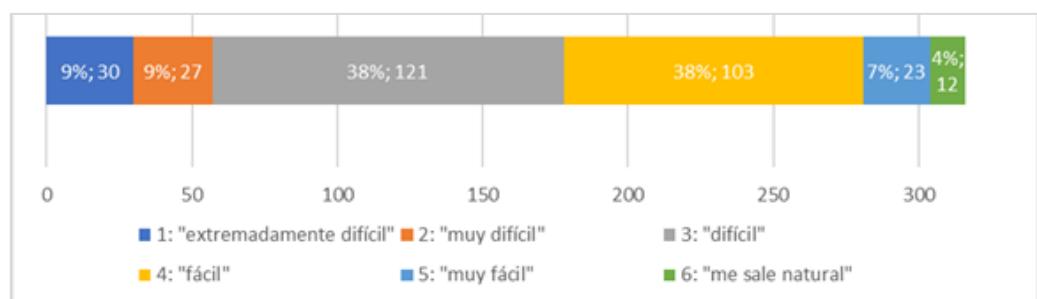


Figura 28: Percepción de la facilidad al hablar usando estrategias de lenguaje inclusivo.

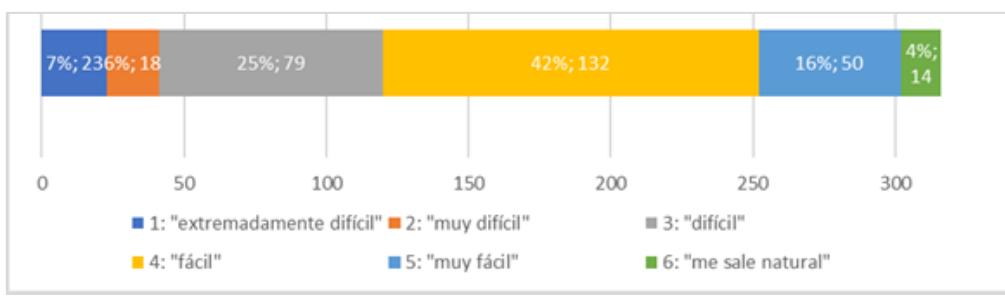


Figura 29: Percepción de la facilidad al escribir usando estrategias de lenguaje inclusivo.

En cuanto a las opiniones sobre el neomorfema (por ejemplo, “bienvenides”, o “les chiques”), las personas entrevistadas reportan que esta forma les es poco o nada familiar (mediana = 2, es decir “poco familiar”; moda = 1, es decir “para nada familiar” en una escala de 1 a 5). Sin embargo, también reportan que el uso del neomorfema les parece aceptable (mediana y moda = 4, es decir, “aceptable” en una escala de 1 a 5), aunque no lo usen nunca (mediana y moda = 1, es decir, “no lo uso nunca”, en una escala de 1 a 3).

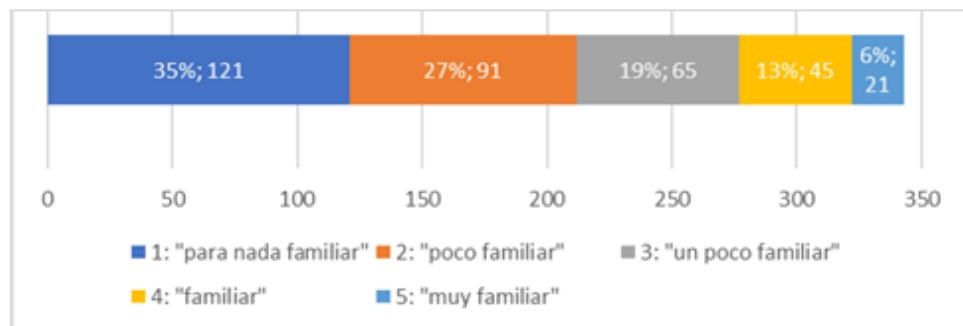


Figura 30: Percepción sobre la familiaridad del neomorfema “e”.

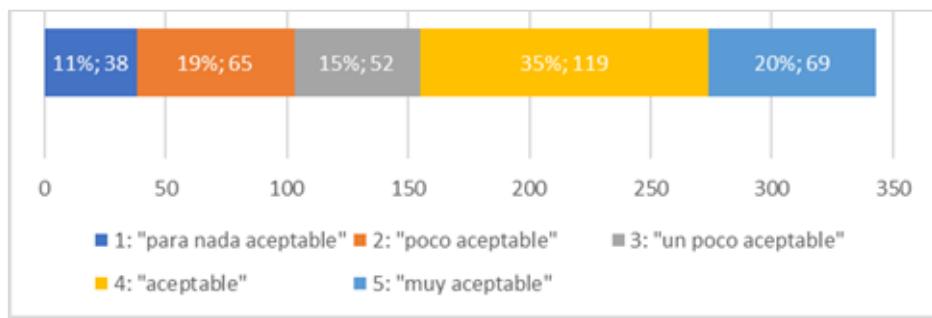


Figura 31: Aceptabilidad del neomorfema “e”.

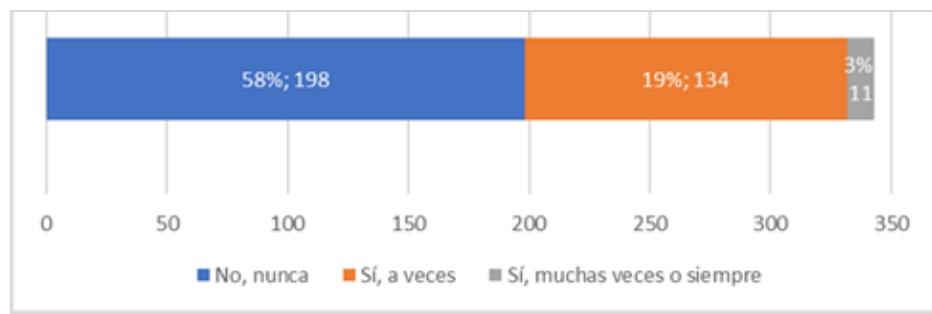


Figura 32: Respuestas sobre el uso del neomorfema “e”.

4.2.3. ESTUDIO 2.3. Resultados con alumnado universitario en la CAE en euskera

Se han seleccionado los resultados de las personas que indicaron tener género masculino o femenino, y que se identificaban como cisgénero. Se han excluido del análisis las respuestas de las personas que no respondieron correctamente a al menos 2 de 3 preguntas de comprensión lectora. Edad media: 19,7 SD = 1.94. Se testearon 113 mujeres y 72 hombres así repartidos entre las dos condiciones experimentales:

	Hombres	Mujeres	Total
Sin marcas de género	37	58	95
Con marcas de género (<i>emakume eta gizonak</i>)	35	55	90
Total	72 (39 %)	113 (61 %)	185 (100 %)

Tabla 14: Participantes por género y condición.

Datos estadísticos

Aunque todo el alumnado cursaba sus estudios en alguno de los campus de la Universidad del País Vasco UPV/EHU, la comunidad de procedencia de este alumnado era la siguiente:

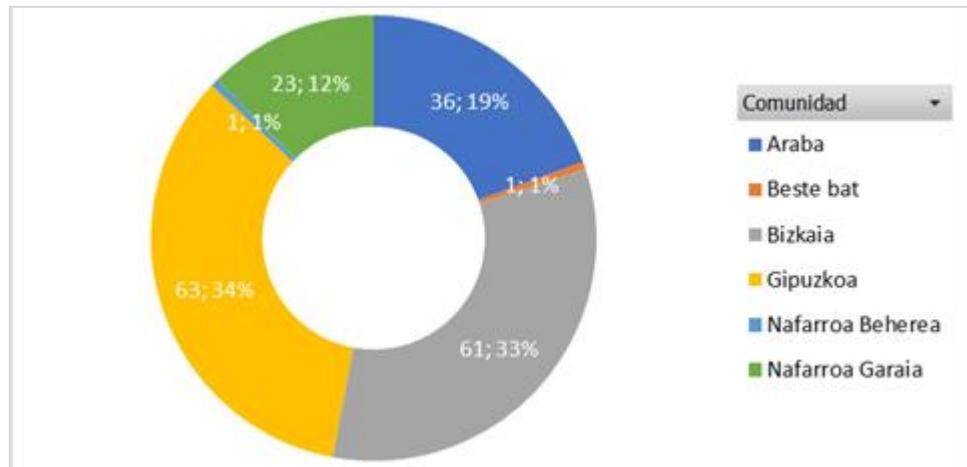


Figura 33: Comunidad de procedencia de las personas participantes.

El alumnado cursaba sus estudios en las siguientes facultades universitarias:

Letras	109
Educación y Deporte	34
Farmacia	17
Ingeniería	17
Ciencia y Tecnología	2
Derecho	2
Economía y Empresa	1
Ciencias Sociales y Comunicación	1
Relaciones Laborales y Trabajo Social	1
Medicina y Enfermería	1

Tabla 15: Facultades de procedencia del alumnado (UPV/EHU).

A) Resultados en la elección del profesional según el texto leído

Como primer paso, se ha comprobado si en los datos existe un sesgo de género hacia una imagen masculina o femenina. Un t-test unilateral demuestra que **no hay sesgo de género** ($p = 0.136$), sino que la elección de la imagen hombre o mujer es al azar.

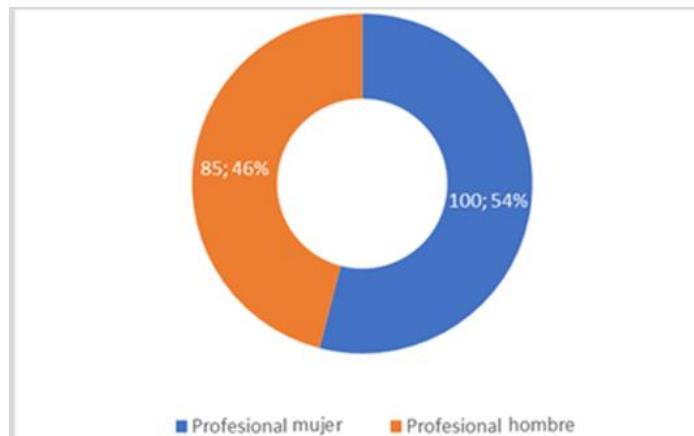


Figura 34: Cantidad total de imágenes de hombres o mujeres seleccionadas en el Estudio 2.3. en euskera con población universitaria.

Como segundo paso, se han creado dos modelos generalizados. La variable dependiente, en ambos casos, era la elección (imagen de hombre vs. imagen de mujer). El primero modelo (completo) contenía condición, media de resultados del test de sexismo ambivalente ASI y género de la persona participante como predictores. El segundo (reducido), contenía solo la media de los resultados del test de sexismo ambivalente ASI y género de la persona participante como predictores. Los resultados de una ANOVA (análisis de la varianza) entre los dos modelos indican que el mejor modelo (el que mejor representa los datos) es el modelo reducido ($p = 0.898$): es decir, **el uso de la estrategia de lenguaje inclusivo no modula la elección de la imagen**. En la inspección del modelo, se ve que **ni el género de las personas participantes ni el resultado del test de sexismo ambivalente ASI modulan los resultados**.

Para la condición **sin marcas de género** (“Hautagai horiekin...”):

	Hombres	Mujeres	Total
Elección imagen femenina	18	33	44
Elección imagen masculina	19	25	51
Total	37	58	95

Tabla 16: Distribución de respuestas (selección de imagen de mujer u hombre) según el género del participante.

Para la condición **con marcas de género** (“Emakume eta gizon horiekin...”):

	Hombres	Mujeres	Total
Elección imagen femenina	16	33	49
Elección imagen masculina	19	22	41
Total	35	55	90

Tabla 17: Distribución de respuestas (selección de imagen de mujer u hombre) según el género del participante.

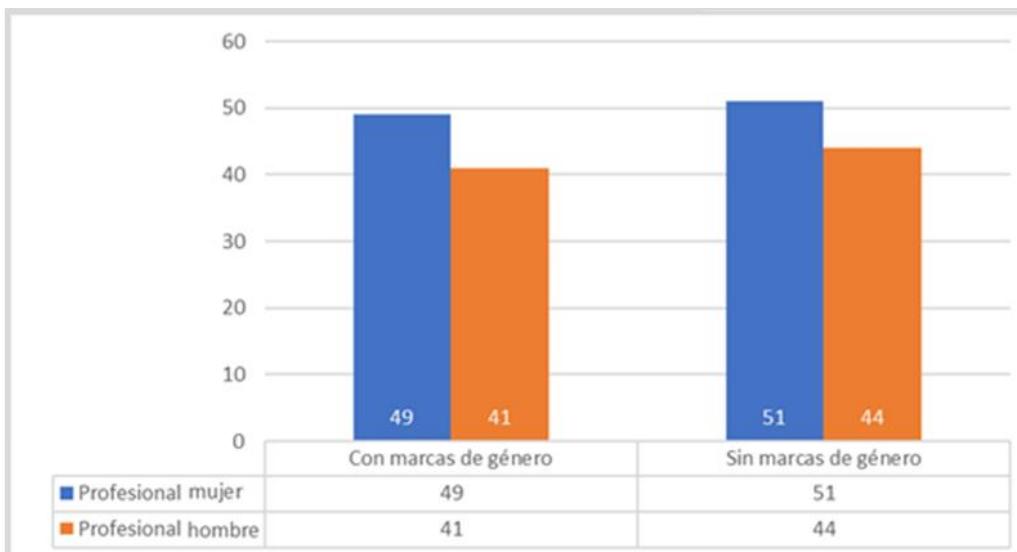


Figura 35: Resultados en la elección de imágenes de mujeres u hombres según la condición asignada.

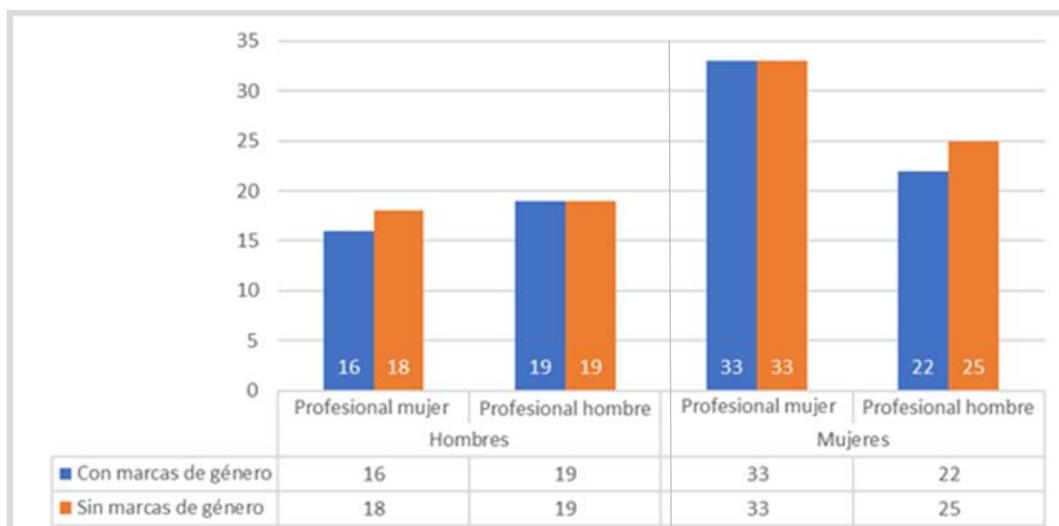


Figura 36: Resultados en la elección de imágenes de mujeres u hombres según tanto el género de quien participa como la condición asignada.

B) Resultados en los tiempos de lectura de las cuatro condiciones

En cuanto a los tiempos de lectura del texto experimental para cada condición:

Condiciones	Media	Desviación estándar
Sin marcas de género	173	80
Con marcas de género	150	83

Tabla 18: Tiempos medios de lectura del texto experimental en segundos y su desviación estándar por condición.

Se creó un modelo lineal completo con variable dependiente tiempo de lectura y condición como predictor, y se comparó este modelo con un modelo nulo. La comparación demuestra que la condición en la que está redactado el texto no influye en los tiempos de lectura ($p = 0.06$), aunque hay una

tendencia no estadísticamente significativa hacia que la condición con marcas de género se lea más rápido que la condición sin marcas de género.

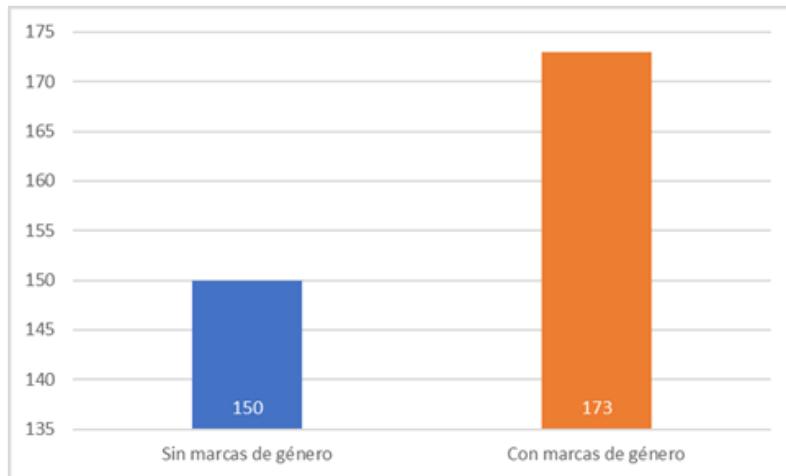


Figura 37: Tiempos de lectura medios de cada condición en segundos.

C) Resultados en el apartado de resistencias y apoyos al uso del lenguaje inclusivo, y en la percepción de sesgos relacionados con el género

En cuanto a la **percepción de sesgos relacionados con el género en las empresas**, el 80% de las personas entrevistadas creen que las empresas sí tienen un sesgo sexista a la hora de emplear a una persona. De estas personas, el 82% creen que este sesgo hará que se empleen más hombres que mujeres. Mirando los datos, parece que las participantes mujeres son las que más opinan que hay un sesgo sexista (masculino) en los procesos de selección del personal.

	No hay sesgo	Sesgo masculino	Sesgo femenino	No sabe
Participante hombre	10	37	0	11
Participante mujer	1	86	3	12
Suma	11 (7%)	123 (77%)	3 (2%)	23 (14%)

Tabla 19: Percepción de sesgos relacionados con el género en las empresas según el género del participante.

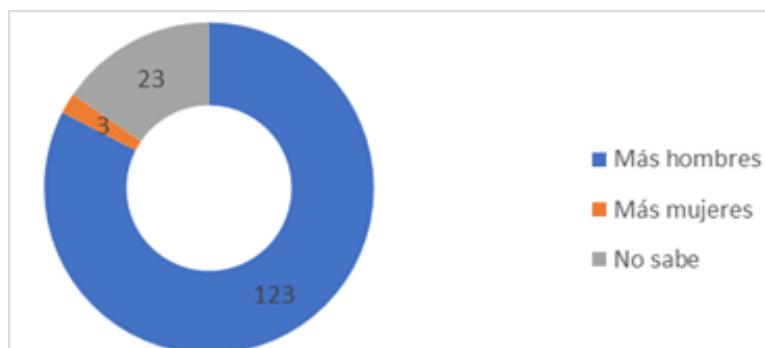


Figura 38: Percepción de sesgos sexistas a la hora de contratar a una persona empleada.

En la pregunta “En los procesos de selección del personal, cuando se usa alguna estrategia de lenguaje inclusivo para buscar a una persona para un puesto laboral, ¿crees que...?”, las respuestas fueron las siguientes: el 51% de las personas entrevistadas contestaron que se seleccionarían más hombres; el 25% opina que no hay relación entre el uso de lenguaje inclusivo y la selección del personal; el 13% no sabe; y solo el 10% opina que se seleccionarían más mujeres.

	Más hombres	Más mujeres	No afecta	No sabe	Suma
Imagen hombre	48	11	26	15	100
Imagen mujer	46	8	21	10	85
Suma	94 (51%)	19 (10%)	47 (25%)	25 (13%)	185 (100%)

Tabla 20: *Percepción de una posible relación entre que un anuncio para un puesto esté escrito con alguna estrategia de lenguaje inclusivo y que existan sesgos sexistas en la elección, según la imagen que han seleccionado en la tarea experimental.*

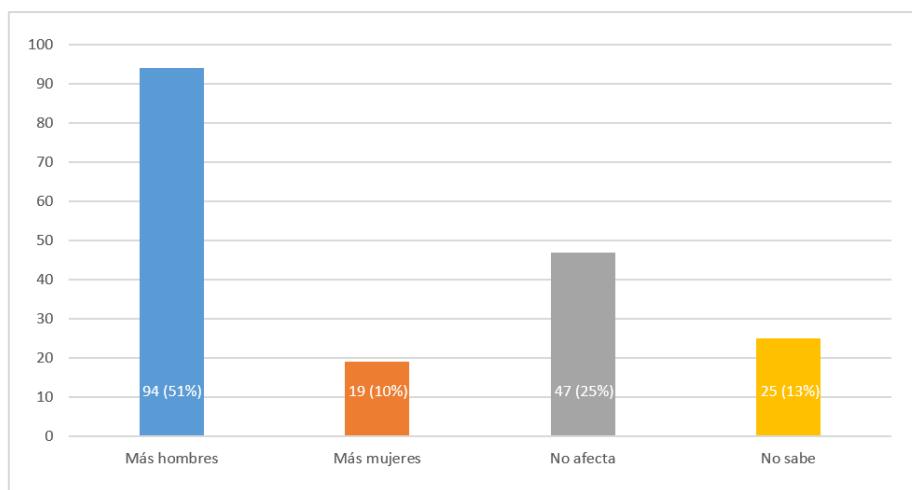


Figura 39: *Percepción de una posible relación entre que un anuncio para un puesto laboral esté escrito con alguna estrategia de lenguaje inclusivo y que existan sesgos sexistas en la elección.*

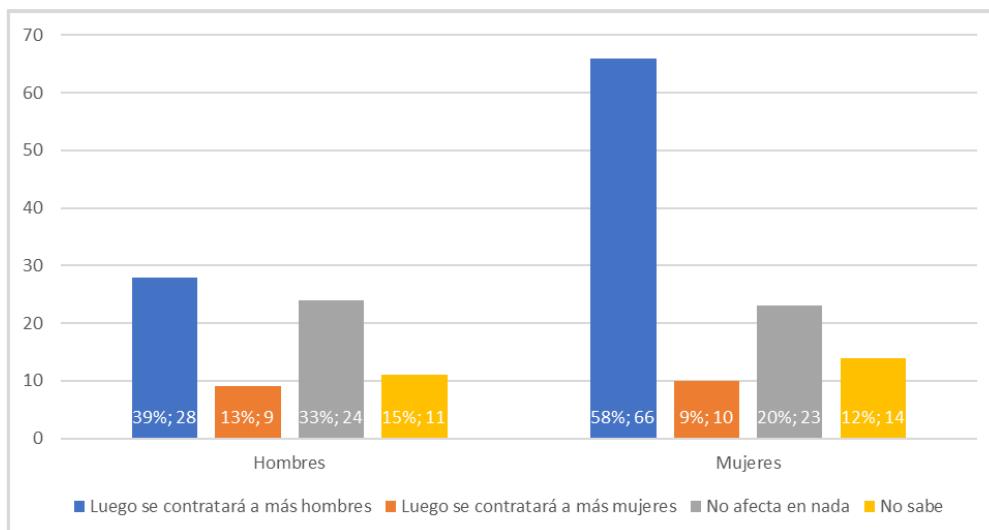


Figura 40: *Según el género de quien participa, percepción de una posible relación entre que un anuncio para un puesto esté escrito con lenguaje inclusivo y que existan sesgos sexistas en la elección.*

En cuanto a las **estrategias de leguaje inclusivo en euskara**, el 41% opina que el euskara no debería implementar este tipo de estrategias, mientras que el 32% opina que sí. Así están repartidas las respuestas en base al género de las personas participantes:

	Hombres	Mujeres	Total
Sí	13	48	61 (33%)
No	43	34	77 (42%)
No sabe	16	31	47 (25%)

Tabla 21: Percepción sobre la necesidad de emplear estrategias de leguaje inclusivo en euskara según el género de la persona participante.

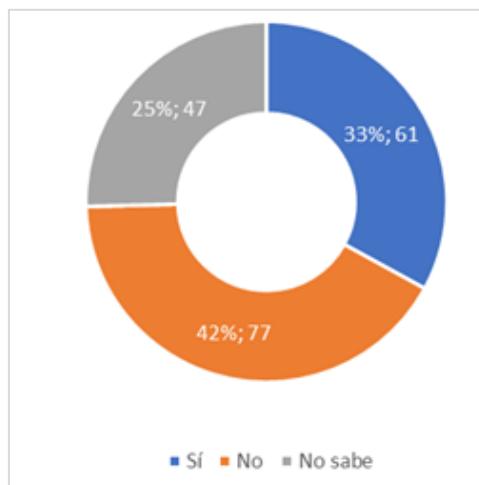


Figura 41: Percepción de la necesidad de emplear estrategias para un uso más inclusivo del euskera. Respuestas a la pregunta “¿Deberíamos emplear estrategias de lenguaje no sexista en euskera?”.

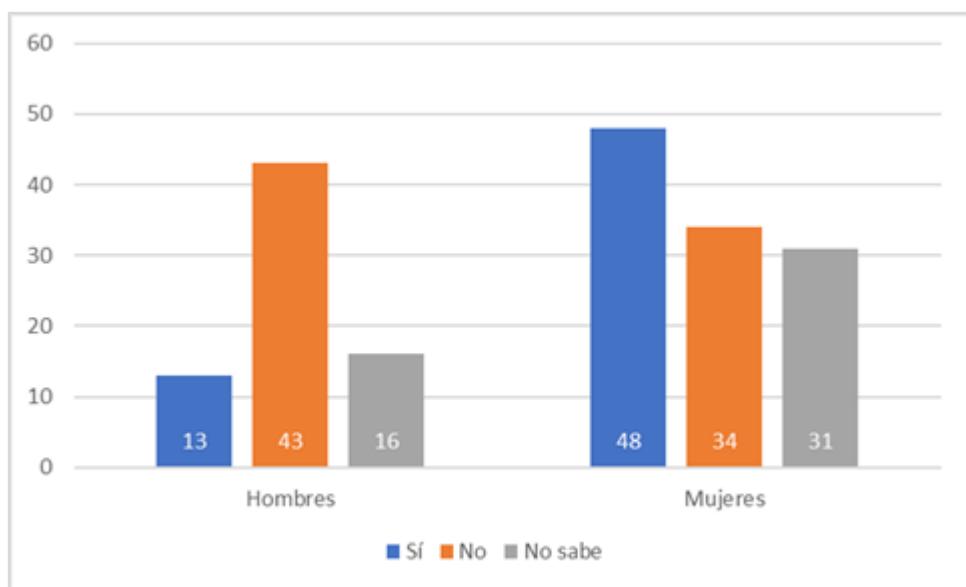


Figura 42: Según el género de quien participa, percepción de la necesidad de emplear estrategias para un uso más inclusivo del euskera por género de quien participa. Respuestas a la pregunta “¿Deberíamos emplear estrategias de lenguaje no sexista en euskera?”.

De estos datos se nota como la exigencia de visibilización de las mujeres en el discurso en euskera existe sobre todo en participantes mujeres (48 respuestas, frente a 13 respuestas por parte de hombres).

De las 185 personas que participaron en el estudio, solo 9 indican que conocen alguna estrategia de lenguaje inclusivo en euskera. Al preguntar si conocían estrategias de lenguaje inclusivo en euskera, algunas de las respuestas fueron las siguientes:

- *hitzak ez dute genero markarik* "las palabras no tienen marca de género"
- *Ez dakala generorik.* "Que no tiene género"
- *Generorik ez adieraztea izenordainetan.* "No indicar género en los pronombres"
- *Euskaraz ez baina gaztelaniaz bai. El/ella/elle adibidez.* "No en euskera pero sí en castellano. El/ella/elle por ejemplo"
- *Euskararen baitan genero markak, beste hizkuntza askotan ez bezala, oso murriztuak dira, baina zehazki \"neska mutilak\" bezalako esapideen kasuan zeozer generalagoa bila daiteke.* "Las marcas de género dentro del euskera, a diferencia de otras muchas lenguas, son muy reducidas, pero en el caso concreto de expresiones como \"neska-mutilak\" se puede buscar algo más generalizado."
- *Aita eta ama = gurasoak edo familia. Seme-alabak = Haurrak/umeak. Hika egin beharrean zuka egitea.* "Padre y madre = gurasoak o familia. Seme-alabak = Niños/as. En vez de emplear *hika*, usar *zuka*."
- *Ez da femeninoa edo maskulinoa agertzen* "No aparece el femenino o el masculino"
- *Adjektibo askok ez dutela generorik gaztelanian bezalaxe* "Muchos adjetivos no tienen género como en el castellano"

En cuanto a si la necesidad de lenguaje inclusivo en euskara está impulsada por el debate en castellano, no parece haber un consenso. El 37% dice que no, el 34% dice que sí, el 29% no sabe. Sin embargo, la mayoría de las personas encuestadas, el 60 %, opina que, en euskera, una estrategia de lenguaje inclusivo donde se mencionen a las mujeres explícitamente sería útil para que la presencia de las mujeres en los discursos fuera patente.

5. Conclusiones generales

La forma en que se hace referencia a las mujeres y a los hombres en una lengua se ve afectada por el sistema de creencias de género que prevalece en su comunidad del habla (Stahlberg et al., 2007). A su vez, el uso de ciertas estructuras lingüísticas puede contribuir a la construcción y el mantenimiento de este sistema de creencias. **La cuestión de cómo se representan los géneros en el lenguaje es, por lo tanto, no solo de interés lingüístico, sino que constituye un importante campo de investigación interdisciplinar donde los aspectos lingüísticos se cruzan con cuestiones psicológicas y sociológicas.** Por eso, en esta investigación se ha desarrollado un enfoque multidimensional sobre el análisis del lenguaje y de la representación lingüística de mujeres y hombres, particularmente, con **una discusión crítica teórica apoyada en estudios empíricos y otro estudio experimental (con tres subestudios) en el que se ha desarrollado un análisis cuantitativo y cualitativo.**

En cuanto a la discusión crítica con base teórica y en estudios empíricos previos, hemos llevado a cabo un análisis de las conclusiones a las que podemos llegar según las investigaciones previas en este tema. Nuestro análisis sobre las teorías y argumentos a favor y en contra del lenguaje inclusivo sugieren que, aunque en el debate sobre el lenguaje inclusivo se suelen confundir, hay (al menos) tres

teorías conceptualmente diferentes (pero no excluyentes, sino muchas veces complementarias) desde las que se puede defender el lenguaje inclusivo. Estas teorías se pueden agrupar de la siguiente manera: teorías neowhorfistas, teorías sobre la invisibilización y teorías reformistas o del cambio social. Además, la mayoría de los argumentos válidos que se han dado hasta ahora en contra del lenguaje inclusivo no contradicen las teorías actuales sobre el uso del lenguaje no sexista, sino que critican el empleo de algunas fórmulas recomendadas en las guías para un lenguaje más inclusivo. Del análisis se concluye que algunos argumentos que se han dado en contra del lenguaje inclusivo (la economía del lenguaje, la falsa ambigüedad o la confusión entre género gramatical y género social) no son argumentativamente válidos.

De forma más concreta, los resultados de algunos estudios empíricos en lenguas como inglés, francés o sueco recopilados en este trabajo han demostrado que la selección de ciertas estrategias lingüísticas más inclusivas puede tener efectos positivos activos en las actitudes y el comportamiento lingüísticos. Lo que es más importante, hemos revisado una amplia evidencia del impacto del género gramatical en la percepción de la realidad, y el papel del genérico gramatical masculino y diversas estrategias de lenguaje inclusivo, ya sea reproduciendo sesgos sexistas y estereotipos de género, o evitándolos. Algunos de los estudios previos que se han analizado sugieren que la adquisición de una lengua con o sin marca de género gramatical puede influir en el procesamiento cognitivo en algunos contextos específicos y, aunque la asignación de género gramatical puede ser arbitraria, se ha observado que las marcas de género no carecen de sentido ni son completamente neutras, y que ciertos usos pueden tener consecuencias sociales. Además, hemos recopilado evidencias de que algunas estrategias de lenguaje inclusivo no son más difíciles ni de menor calidad para destinatarias y destinatarios de un mensaje, y que tanto la economía como la expresividad deben tenerse en cuenta a la hora de elegir una u otra estrategia para codificar el género. Aun así, es necesario investigar más sobre las consecuencias del uso de estrategias de lenguaje inclusivo desde el punto de vista de quien habla.

Investigaciones previas también sugieren que los estereotipos de género influyen en nuestra interpretación de los sustantivos ambiguos sin marcas de género. Pero, lo que es más importante, las formas masculinas en su uso genérico son ambiguas y tienden a interpretarse preferentemente como masculinas exclusivas, debido a un sesgo cognitivo sexista, incluso en contextos claramente genéricos. Para evitar este sesgo cognitivo, se ha demostrado que algunas estrategias de lenguaje inclusivo evitan o reducen este sesgo masculino general en lenguas como inglés o sueco, aunque todavía es necesaria más investigación en lenguas como castellano y euskera, entre otras.

En cuanto a los estudios empíricos sobre lenguaje inclusivo y otras estrategias para representar a las personas, debemos tener en cuenta que, aunque hay mucho trabajo experimental previo en algunas lenguas (principalmente alemán e inglés), existe un gran vacío en el estudio de otras lenguas, como ocurre con el castellano y el euskera. De ahí que sea importante realizar estudios experimentales como los que aquí se presentan para poder llegar a conclusiones más robustas. La mayoría de los estudios que hemos analizado en inglés y en alemán presentan resultados que invitan a pensar que las expresiones escritas en masculino genérico o sin marcas específicas de género suscitan un sesgo masculino. Teniendo en cuenta los resultados previos (Lindqvist et. al., 2019), esperábamos encontrar resultados similares en nuestros estudios en castellano y euskera. Por un lado, esperábamos que las expresiones en [A] masculino genérico (español) y [B] aquellas que no especifican el género del referente (español y euskera) generarían un sesgo masculino; por otro lado, esperábamos que las expresiones que siguen [C] la estrategia de feminización por duplicación (español y euskera) y [D] los neologismos que se emplean para evitar el binarismo del lenguaje (español) evitarían un sesgo masculino. No obstante, los resultados de nuestros estudios han sido parcialmente distintos. De forma

resumida, los resultados de la tarea de lectura de un texto en diferentes condiciones son los siguientes:

- ❖ Los textos con expresiones en [A] **masculino genérico** (español) han mostrado un **sesgo masculino** en los dos estudios en castellano (es decir, las personas participantes han seleccionado más imágenes de hombres al leer estos textos).
- ❖ Los textos con expresiones [B] que **no especifican el género del referente** (español y euskera), [C] la estrategia de **feminización por duplicación** (español y euskera) y [D] los **neologismos que se emplean para evitar el binarismo del lenguaje** (español) han mostrado diferentes resultados según el estudio. Además, en algunos casos, la lengua de estudio (castellano o euskera), el género de la persona participante (hombre o mujer), su edad o su resultado en la escala ASI de sexismo hostil y benevolente han modulado la selección de imágenes de mujeres u hombres.
 - ❖ En el estudio 2.1. en **castellano con población general** como participantes, las estrategias [B], [C] y [D] han mostrado un **sesgo femenino**.
 - ❖ En el estudio 2.2. en **castellano con estudiantes universitarios de la CAE** como participantes, las estrategias [B], [C] y [D] no han mostrado un sesgo, sino que parece que **la selección de imágenes ha sido al azar**.
 - ❖ En el estudio 2.3. en **euskera con estudiantes universitarios de la CAE** como participantes, las estrategias [B] y [C] no han mostrado un sesgo, sino que parece que **la selección de imágenes ha sido al azar**.

A continuación, presentamos las características y los resultados principales de todas las tareas de cada estudio experimental.

Hemos llevado a cabo tres estudios experimentales cuantitativos y cualitativos con varias tareas. Los estudios tenían una primera tarea en la que las y los participantes debían leer un texto que describía a posibles candidatas y candidatos a un puesto de trabajo. Las personas participantes leían una sola versión del texto que aparecía en masculino o siguiendo una de las distintas estrategias de lenguaje inclusivo. Después se les preguntaba quién ocuparía el puesto vacante al que hacía mención el texto y a quién elegiría la empresa para ese puesto. Las personas participantes debían seleccionar la imagen de una persona entre cuatro imágenes posibles con dos hombres y dos mujeres distintos. Después de esta tarea, quienes participaban en el estudio debían responder un cuestionario sobre actitudes hacia el uso genérico del masculino, la facilidad de uso de estrategias de lenguaje inclusivo o la familiaridad de los neomorfemas, entre otras preguntas.

De los dos estudios sobre castellano completados online, en el primero ha participado población general residente en el Estado con una edad comprendida entre los 18 y los 74 años (400 participantes, 200 mujeres y hombres), y en el segundo han participado estudiantes de la Universidad del País Vasco (343 participantes, 202 mujeres y 141 hombres). **En el primer estudio en castellano con población general** encontramos que el género de la persona, su puntuación en el test de sexismo ambivalente ASI (un cuestionario estandarizado que mide el nivel de sexismo hostil y sexismo benevolente hacia las mujeres) y la edad pueden influir en los resultados de la primera tarea del estudio, que investiga si el uso de distintas marcas de género gramatical en un anuncio de un puesto de trabajo afecta a la decisión del participante cuando responde a la pregunta “¿De quién crees que está hablando la agencia y ocupará el tercer puesto vacante?”. Observamos que la marca gramatical del anuncio influye en las respuestas. Vemos que **en la condición en masculino se selecciona a más hombres** (se observa, por lo tanto, un **sesgo masculino** al leer estos textos), y los resultados de la escala ASI de sexismo

hostil y benevolente modulan la elección de la imagen, de tal manera que las personas que eligen una imagen masculina son las que tienen un mayor nivel de sexismo. En contraste, **las otras tres condiciones muestran un sesgo femenino**. Cuando el texto está escrito con **duplicados** se selecciona a más mujeres y el género de las personas participantes modula la elección: las mujeres tienden a elegir imágenes de mujeres. Cuando el texto está escrito con palabras **epicenas o con expresiones sin marcas de género** también se ha observado una preferencia a seleccionar más mujeres, y el género de las personas participantes modula la elección de la imagen: solo las mujeres muestran un sesgo femenino. Finalmente, cuando el texto está escrito con expresiones con el **neomorfema “e”** también se selecciona a más mujeres, y en este caso es la edad la que modula la selección: quienes eligen a mujeres son más jóvenes que quienes eligen a hombres.

Es interesante comparar los resultados anteriores con los del **estudio en castellano con estudiantes de la UPV/EHU**. En este caso, la condición en masculino obtuvo el mismo resultado: cuando el texto está escrito **en masculino se encuentra un sesgo masculino**. En concreto, el alumnado que leyó el texto en masculino seleccionó a más hombres, y parece que ni el género de las personas participantes ni los resultados del test de sexismo ambivalente ASI modulan la elección de la imagen. A diferencia del estudio previo, en **las otras tres condiciones** (con duplicados, epicenos o el neomorfema), en cambio, **no se encuentra un sesgo de género en la selección de la imagen** (es decir, parece que la selección de mujeres u hombres se realiza al azar).

Todos juntos, los resultados de estos dos experimentos muestran que el uso de lenguaje inclusivo disminuye el sesgo masculino que, en cambio, encontramos en la condición de masculino genérico. Según la RAE, las expresiones en masculino genérico se refieren tanto a hombres como a mujeres; sin embargo, existe una tendencia clara hacia una visión androcéntrica cuando se emplea esta estrategia.

En cuanto a otras formas empleadas para dirigirnos a un grupo mixto de personas, de las que hemos testeado, todas muestran una disminución de este sesgo androcéntrico y, en el caso de la población general (Estudio 2.1), revierten esta tendencia y muestran un sesgo femenino.

Hemos llevado a cabo el mismo **estudio con población universitaria de la UPV/EHU en euskera**. Los resultados muestran que **añadir expresamente en el anuncio que los candidatos pueden ser mujeres u hombres no influye en la selección de mujeres u hombres**. Tanto en esta condición con marcas de género como cuando no se hace explícito ese detalle **se seleccionan mujeres u hombres al azar** (un resultado estadísticamente cercano al 50 %). Es importante tener en cuenta que, para llegar a conclusiones más contundentes, el número de participantes en los estudios con alumnado universitario en castellano y euskera debería ampliarse.

Asimismo, en los estudios hemos llevado a cabo un **análisis de las resistencias y apoyos hacia el uso de diferentes formas de representar a mujeres y hombres a través del lenguaje** (masculino genérico, neomorfema, etc.). Los resultados de los estudios en castellano muestran que la población universitaria en la CAE únicamente concuerda con la población general en tres resistencias. Consideran que 1) deberíamos centrarnos en problemas más graves de injusticias sociales, como por ejemplo la pobreza, y no preocuparnos por la forma en la que hablamos; 2) que el lenguaje inclusivo no es fácil de usar al hablar (pero sí fácil de entender y de escribir); y 3) el uso constante del masculino genérico no parece incomodar o no gustar. Ninguna de las dos poblaciones en castellano considera que emplear estrategias de lenguaje inclusivo sea inútil o ridículo.

Además, en la población general se han encontrado varias resistencias hacia el uso del lenguaje inclusivo (más que en la población universitaria en la CAE): 1) la resistencia “Deberíamos centrarnos

en los problemas más graves de injusticias sociales, como por ejemplo la pobreza, y no preocuparnos por la forma en que hablamos”; 2) que el uso constante del masculino genérico y la falta de lenguaje inclusivo no invisibiliza a las mujeres, tampoco en puestos de poder y trabajos masculinizados; 3) no usar lenguaje inclusivo y emplear constantemente el masculino genérico no excluye a algunas personas y colectivos; 4) no usar lenguaje inclusivo no perpetúa sesgos sexistas que existen en nuestra sociedad; 5) usar constantemente el masculino genérico y no usar un lenguaje más inclusivo no invisibiliza a las mujeres o a las personas no binarias.

En cuanto a las actitudes, resistencias y apoyos de la población universitaria en la CAE en el estudio en euskera, el 41% de las personas encuestadas opina que no se debería o no es necesario implementar estrategias de lenguaje inclusivo en euskera, mientras que el 32% (principalmente mujeres) opina que sí es necesario. Aunque la mayoría de las personas no dicen ni muestran conocer estrategias para un uso más inclusivo del euskera (de hecho, casi ninguna), un 60%, opina que, en euskera, una estrategia de lenguaje inclusivo donde se mencionen a las mujeres explícitamente sería útil para que la presencia de las mujeres en los discursos fuera patente.

En cuanto a los argumentos en contra del uso de ciertas estrategias de lenguaje inclusivo, hemos visto que a menudo se utiliza el argumento de que el lenguaje inclusivo supone un coste de lectura o procesamiento. Sin embargo, y en línea con estudios previos en otros idiomas, no se han encontrado diferencias en tiempos de lectura estadísticamente significativos entre condiciones en ninguno de los tres estudios, por lo que no parece más costoso leer textos siguiendo estrategias de lenguaje inclusivo que seguir otras estrategias de representación de personas tradicionales como el masculino (genérico) en castellano o sin mencionar expresamente que se hace referencia a mujeres y hombres en euskera. Además, las y los participantes en los estudios en castellano concuerdan en que el lenguaje inclusivo es fácil de usar al escribir y es fácil de entender. Asimismo, en euskera se observa una tendencia no estadísticamente significativa a leer más rápido el texto en la condición donde se incluía explícitamente que las candidaturas hacían referencia a mujeres y hombres. Esto se puede deber, como se ha observado en estudios previos como Gygax y Gesto (2007), a que en los textos que contienen duplicados de género, aunque la lectura se ralentice quizás en el primer encuentro de la expresión, se puede alcanzar una velocidad de lectura normal en el segundo y tercer encuentro de la esa expresión, ya que las personas se acostumbran a formas alternativas y duplicados, que, por lo tanto, solo dificultan temporalmente la lectura (Gygax y Gesto 2007).

Aunque se ha demostrado que la mayoría de los argumentos que se esgrimen en contra del lenguaje inclusivo no son válidos, los resultados de los estudios empíricos confirman solo parcialmente las hipótesis iniciales de las líneas teóricas a favor del uso de estrategias del lenguaje inclusivo del castellano: aunque en población universitaria en los estudios en castellano y euskera no muestran sesgos de género en la selección de mujeres u hombres, en el estudio en castellano con población general sí que muestran un sesgo femenino.

En general, los resultados de estos estudios demuestran que **las estrategias para representar a las personas en el discurso sí influyen en la toma de decisiones de la población**, ya que **existe un efecto dependiendo de qué estructuras gramaticales se emplean y las características sociodemográficas de la población**. Además, vemos que hay diferencias en cómo esto afecta a la población dependiendo de su género (hombres o mujeres), de su edad, del grupo social (estudiantes en la CAE o población general en el estado), y de las actitudes y opiniones previas hacia las mujeres y hacia el lenguaje inclusivo (resultado en la escala de sexismo ambivalente ASI), lo cual no ha sido debidamente controlado en estudios previos.

Por esta razón, una ventaja de este estudio con respecto a estudios previos es que nos permite concluir que **existen factores sociales y demográficos que son relevantes para entender cómo el lenguaje influye en el comportamiento**. Este estudio comienza a cubrir un vacío empírico y teórico significativo, especialmente en euskera, donde, por tratarse de una lengua sin género gramatical en muchas de sus variedades, se suele considerar que no se incurre en usos sexistas del lenguaje al hablar en euskera – aunque este prejuicio no parece ser del todo cierto (véanse Emakunde 2008, 2021; UPV/EHU & Pikara Magazine 2018; o el programa divulgativo de Kike Amonarriz *Tribuaren berbak: Euskara hizkuntza sexista al da?*–).

Para profundizar en la percepción de las fórmulas para codificar el género en español y euskera, es crucial ampliar el número de estudios experimentales controlados con una amplia población. Los **resultados de las investigaciones revisadas y nuestros estudios** ayudan a comprender mejor el debate actual y nos permiten comprender que:

- a)** la economía del lenguaje no es un principio de obligado cumplimiento que siempre se sigue, con lo cual no existe la necesidad constante de ser más económicas al hablar;
- b)** incluso aunque lo fuese, no parece verdad que el lenguaje inclusivo implique un mayor coste de procesamiento.
- c)** Las propuestas en favor del lenguaje inclusivo no proponen una falsa ambigüedad de las expresiones en masculino; los estereotipos de género tienden a reproducirse en la comprensión de formas lingüísticas que no muestran marcas gramaticales de género o que son ambiguas, como en el caso de las formas en masculino. Por lo tanto, esos usos pueden reproducir asimetrías de género predominantes en la sociedad.
- d)** Los datos empíricos de nuestros estudios sugieren que no existe aversión hacia el lenguaje inclusivo en los grupos de estudiantes de la CAE, sean hablantes de euskera o de castellano.
- e)** Aunque la afinidad hacia las estrategias para un uso inclusivo del lenguaje sea menor en la población general del Estado hablante de castellano, hay diferencias importantes entre hombres y mujeres, y entre grupos de distintas edades.
- f)** El género gramatical que se utiliza en la descripción de un puesto de trabajo influye en las expectativas sobre quién será elegido para el empleo y lo hace de manera diferente en hombres y mujeres.

Aunque todas estas conclusiones son relevantes para el debate, nuestra muestra de participación no ha sido suficiente para comprender detalladamente cómo el género gramatical afecta a las expectativas de las lectoras y lectores, ya que hemos visto que hay más factores que influyen en la interpretación del género de un referente. Es por ello por lo que es necesario hacer mucho más trabajo experimental que nos permita alcanzar una mejor compresión de los resultados obtenidos.

6. Impacto social y futuras líneas de investigación

Comenzábamos la investigación con una pregunta general de gran relevancia social: ¿puede ser el lenguaje un factor que favorezca el cambio de valores en la sociedad e incida en la transformación social hacia la igualdad?

A menudo se argumenta que el empleo de estrategias de lenguaje inclusivo puede ser inútil (ya que la desigualdad de género va mucho más allá de la gramática) o incluso imposible (ya que algunas y algunos hablantes pueden mostrar resistencias fuertes hacia ciertas estrategias, lo que puede hacerles desafiar a las políticas de planificación lingüística). Además, nos parece que visibilizar a las mujeres a través del lenguaje puede no ser suficiente para lograr un cambio social en pos de la igualdad de género, debido a que sigue siendo obligatorio que cambiemos estereotipos y prejuicios de género establecidos tiempo atrás. Sin embargo, hemos recopilado evidencia empírica de otras lenguas a favor de la relatividad lingüística y de las teorías de la invisibilidad que sugieren que la lengua puede ser uno (de muchos) vehículos hacia el cambio social.

Además, los resultados de nuestros estudios empíricos sugieren que el uso del masculino genérico favorece que se seleccionen o se piense más en hombres que en mujeres, mientras que el uso de alternativas del lenguaje inclusivo influyen en las decisiones de los participantes. Los y las participantes que fueron expuestos a anuncios de trabajo escritos en masculino genérico en castellano seleccionaron más imágenes de hombres que de mujeres; esto no ocurrió cuando las personas participantes fueron expuestas a anuncios de trabajo con estrategias de lenguaje inclusivo. Estos datos sugieren que, de hecho, la marca de género sí puede tener un impacto social.

En cuanto a una posible aplicación más práctica, los resultados y la discusión desarrollada en esta investigación pueden ser de interés para profesionales de la educación de cara a lograr una reflexión sobre el valor de los usos de la lengua en el ámbito de la formación, por ejemplo, para generar contenido curricular en el ámbito de la expresión oral y escrita en áreas relevantes para la sociedad (educación, medios de comunicación, discurso político, etc.). De forma más específica, ya que se han podido conocer algunas actitudes hacia estas estrategias en mayor profundidad, se espera que los resultados de este proyecto contribuyan a definir necesidades y a la posterior sensibilización y formación en estrategias de lenguaje no sexista, especialmente en la comunidad universitaria. Concretamente, entre otros beneficios directos, gracias a este proyecto se espera actualizar el contenido de materias del área de Lengua española de la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación de Leioa y de la Facultad de Letras en Vitoria-Gasteiz.

Pensamos que todas las preguntas planteadas en este trabajo son de vital importancia en nuestro contexto actual. Por un lado, consideramos muy importante seguir examinando si el uso de ciertas estrategias lingüísticas puede mejorar la situación social de las mujeres y, en el caso de que sea posible, qué recomendaciones lingüísticas funcionan realmente y en qué medida logran su objetivo de evitar el sexismo y el androcentrismo. Por otro lado, en un contexto de debate abierto en prensa y en la opinión pública, es importante entender cuáles son los argumentos a favor y en contra de los usos no sexistas del lenguaje, qué es lo que están criticando o defendiendo en cada caso y si tienen relevancia o valor científico, como hemos discutido en este trabajo. En resumen, se espera que la discusión desarrollada aquí pueda ayudar a combatir contraargumentos inválidos y ciertos prejuicios sociales que se han extendido en los últimos años sobre el empleo de estrategias lingüísticas inclusivas.

Se espera que la discusión sea interesante para que la sociedad, pero también el ámbito empresarial, de los medios de comunicación, institucional y de políticas públicas, valore el impacto de los diversos

usos del lenguaje según las características sociodemográficas de las personas a las que se dirige un mensaje.

El presente estudio abre futuras líneas de investigación, como pueden ser testar en un rango de población más amplio, comparando los resultados entre distintos grupos de población y estudiando si existen correlaciones entre las actitudes de la población y cómo las marcas de género afectan a sus decisiones. Además, sería interesante investigar los efectos del masculino genérico con expresiones en singular habituales en castellano (“el candidato que...”) y estrategias de lenguaje inclusivo en castellano; el estudio de población general (no únicamente universitaria) en euskera; o el estudio de las consecuencias del uso de diferentes estrategias para representar lingüísticamente a mujeres y hombres en población infantil, entre otras opciones que quedan para estudios futuros. Continuar avanzando en el camino abierto por este proyecto contribuirá a que la sociedad del s. XXI alcance una mayor conciencia de sí misma y de las representaciones y opiniones que se crean en su interior y marcan la dirección en la que avanza la sociedad.

Aunque más investigaciones son todavía necesarias, consideramos que el estudio experimental de la percepción de las diversas fórmulas para codificar el género que podemos encontrar en lenguas como español y euskera es particularmente relevante porque permitirá ofrecer una base empírica y científica más sólida sobre la validez y efectividad de las recomendaciones para un uso no sexista del lenguaje. Desde la conciencia de su pequeño papel, pero con la voluntad de realizar una contribución rigurosa y decisiva, la investigación presentada sobre la representación del género en español y euskera ha tratado de contribuir al avance y enriquecimiento del conocimiento sobre esta cuestión identitaria para avanzar así en el camino hacia un cambio social tan necesario, y esperamos que esta investigación continúe para que sus frutos puedan revertir en la sociedad.

7. Referencias

Acero, Juan José (2013). Las variedades de la relatividad lingüística: De Whorf al Neoworfismo, en J. F. García Casanova y A. Vallejo, eds. *Crítica y meditación. Homenaje al profesor Pedro Cerezo Galán*. Granada: EUG

Aliaga Jiménez, José Luis. (2018). *Lenguaje inclusivo con perspectiva de género*. Zaragoza, Gobierno de Aragón.

Álvarez de Miranda, P. (2018). *El género y la lengua*. Madrid: Turner.

Álvarez Mellado, Elena (16/07/2018): Más allá de la economía del lenguaje, *El País* [online].

Arneil, B. (2001). Women as wives, servants and slaves: Rethinking the public/private divide, en *Canadian Journal of Political Science/Revue canadienne de science politique*, 29-54.

Bem, S. L., & Bem, D. J. (1973). Does sex-biased job advertising “aid and abet” sex discrimination? *Journal of Applied Social Psychology*, 3(1), 6-18.

Bengoechea, M. (2008): Lo femenino en la lengua: sociedad, cambio y resistencia normativa. Estado de la cuestión, en *Lenguaje y textos*, 27, 37-68.

Bengoechea, M., y J. Simón. (2014). Attitudes of university students to some verbal anti-sexist forms, en *Open Journal of Modern Linguistics* 4, 69-90. <<http://www.scirp.org/journal/ojml>. <http://dx.doi.org/10.4236/ojml.2014.41008>>

Bonilla-Algovia, E. & Rivas-Riveo, E. (2020). Validez de la versión reducida de la Escala de Sexismo Ambivalente en El Salvador y México. *Revista Mexicana de Psicología*, 37(2), 92-103.

Bonilla-Algovia, Enrique. (2021). Acceptance of ambivalent sexism in trainee teachers in Spain and Latin America countries. *Anales de Psicología* 37.2: 253-264.

Boroditsky, L. (2001). Does Language Shape Thought? Mandarin and English speakers' conceptions of time. *Cognitive Psychology*, 43, 1-22.

Boroditsky, L., Schmidt, L. A., y Phillips, W. (2003). Sex, syntax, and semantics, en *Language in mind: Advances in the study of language and thought*, 61-79.

Bosque, I (2012). *Sexismo Lingüístico Y Visibilidad De La Mujer*. Madrid, España: Real Academia Española.

Braun, Friederike, Sczesny, Sabine and Stahlberg, Dagmar. (2005). Cognitive Effects of Masculine Generics in German: An Overview of Empirical Findings, *Communications* 30(1), 1-21.

Braun, F., Oelkers, S., Rogalski, K., Bosak, J. & Sczesny, S. (2007). How masculine generics and alternative forms affect the cognitive processing of a text. *Psychol. Rundsch.* 58, 183-189.

Butler, J. (1993). Critically Queer, en *GLQ: A Journal of Lesbian & Gay Studies* 1, 17-32.

Butler, J., (2004). *Undoing gender*. London: Routledge.

Carreiras, M., Garnham, A., Oakhill, J., y K. Cain (1996). The use of stereotypical gender information in constructing a mental model: Evidence from English and Spanish, en *The Quarterly Journal of Experimental Psychology Section A*, 49(3), 639-663.

Casasanto, D. (2008). Who's afraid of the big bad Whorf? Crosslinguistic differences in temporal language and thought, *Language learning* 58: 1, 63-79.

Douglas, K. M. y R. M. Sutton. (2014). "A giant leap for mankind" but what about women? The role of system-justifying ideologies in predicting attitudes toward sexist language, en *Journal of Language and Social Psychology* 33.6: 667-680.

Eckert, P. (1989). The whole woman: Sex and gender differences in variation, en *Language variation and change*, 1(3), 245-267.

Emakunde - Emakumearen Euskal Erakundea. (1988). *El lenguaje, más que palabras. Propuestas para un uso no sexista del lenguaje*. Bilbao. ISBN: 84-87595-70-7.

Emakunde - Emakumearen Euskal Erakundea. (2008). *Euskararen erabilera ez sexista*. Gasteiz: ARRIN. [en línea] <https://www.emakunde.euskadi.eus/u72-publicac/es/contenidos/informacion/pub_guias/es_emakunde/adjuntos/eusk_gida_eu.pdf> [2021/06/22].

Emakunde - Emakumearen Euskal Erakundea. (2021): Gidak. [en línea] <<https://www.emakunde.euskadi.eus/dokumentazioaargitalpenak/-/informazioa/gidak/>> [2021/06/22].

Escandell-Vidal, Victoria. (2020). En torno al género inclusivo. *Igualdades*, 2(2), 223-249.

Flaherty, M. (2001). How a Language Gender System Creeps into Perception. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 32(1), 18-31.

Fundación ONCE (2018). Guía para un uso no sexista del lenguaje. Incluye una mirada especial al empleo y a la discapacidad. Fundación ONCE. [en línea] <<https://www.consaludmental.org/publicaciones/Guia-uso-no-sexista-lenguaje-fundacion-once.pdf>> [2021/06/22].

García Meseguer, Á. (1994). *¿Es sexista la lengua española?: Una investigación sobre el género gramatical*. Vol. 4. Madrid: Editorial Paidós.

Garnham, A., Ute, G. Sarrasin, O., Gygax, P., y J. Oakhill (2012). Gender representation in different languages and grammatical marking on pronouns: when beauticians, musicians, and mechanics remain men, en *Discourse Processes* 49.6: 481-500.

Generalitat Valenciana (1987). *Recomanacions per a un ús no sexista de la llengua*. Departament de la Dona / Conselleria de Cultura, Educació i Ciència: València.

Gil, José Manuel (2020). Las paradojas excluyentes del “lenguaje inclusivo”: Sobre el uso planificado del morfema flexivo-e. *Revista Española De Lingüística*, 50(1), 65-84.

Glick, P., & Fiske, S. T. (1996). The Ambivalent Sexism Inventory: Differentiating Hostile and Benevolent Sexism. *Journal of Personality and Social Psychology*, 70(3), 491–512.

Glick, P., Fiske, S.T., Mladinic, A., Saiz, J.L., Abrams, D., Masser, B. & López, W.L. (2000). Beyond prejudice as simple antipathy: hostile and benevolent sexism across cultures, *Journal of Personality and Social Psychology*, 79(5), 763-775.

Grijelmo, Alex (02/12/2018). ¿Invisibiliza nuestra lengua a la mujer?, *El País* [en línea] <https://elpais.com/cultura/2018/11/28/ctualidad/1543418937_639835.html> [Última fecha de consulta: 07/10/2020]

Guerrero Salazar, S. (2010). El sexism lingüístico: un tema de actualidad, en *Uciencia* No. 03 (2010. Abril). Ellas investigan. UMA / SEDOC. [en línea] <<https://riuma.uma.es/xmlui/handle/10630/4055>> [14/06/2021]

Guerrero Salazar, S. (2012). La feminización del lenguaje en la Sociedad de la Información. In Larrondo-Ureta, Ainara & Meso-Ayerdi, Koldo (ed.), *Mujer y medios de comunicación*, 57-74. Leioa: UPV/EHU.

Guerrero Salazar, S. (2013). Las guías de uso no sexista del lenguaje editadas en castellano por las universidades españolas (2008-2012), en Palomares Perraut, R. (coord.), *Historia(s) de mujeres en homenaje a Mª Teresa López Beltrán* (pp. 118-132).

Guichard Bello, C. (2015). *Manual de comunicación no sexista. Hacia un lenguaje incluyente*. Ciudad de México: INMUJERES. [online] <http://cedoc.inmujeres.gob.mx/documentos_download/101265.pdf> [2021/06/22]

Gustafsson Sendén, M., Bäck, E. A., y A. Lindqvist (2015). Introducing a gender-neutral pronoun in a natural gender language: the influence of time on attitudes and behavior, en *Frontiers in Psychology*, 6.

Guzmán, L. (1992). *Guía breve para el uso no sexista del lenguaje inclusivo. Cómo usar el lenguaje no discriminatorio en textos varios, presentaciones e ilustraciones*. Costa Rica: Centro de Investigación en Estudios de la Mujer. CIEM–UCR, Universidad de Costa Rica.

Gygax, P., Gabriel, U., Sarrasin, O., Oakhill, J., & Garnham, A. (2009). Some grammatical rules are more difficult than others. *European journal of psychology of education*, 24, 235-246.

Gygax, P.M., Schoenhals, L., Lévy, A., Luethold, P. & Gabriel, U. (2019). Exploring the onset of a male-biased interpretation of masculine generics among French-speaking kindergarten children. *Frontiers in Psychology*, 10, 1225.

Hamilton, M. C. (1997). The human race: Sexist language as a tool of dominance, en F. Braun & U. Pasero (Eds.), Konununication von Geschlecht. *Communication of gender* (pp. 147-163). Pfaffenweiler: Centaurus.

Hamilton, M.C. (1988). Using masculine generics. *Sex Roles* 19: 785-899.

Hamilton, M.C. (1991). Masculine bias in the attribution of personhood. People = Male, Male = People. *Psychology of Women Quarterly* 15, 393-402.

Hamilton, M.C., & Henley, N.M. (1982). Detrimental consequences of generic masculine usage. *Paper presented at the meeting of the Western Psychological Association*, Sacramento, CA.

Harrison, James B. (1975). *A critical evaluation of research on "masculinity/femininity" and a proposal for an alternative paradigm for research on psychological differences and similarities between the sexes*. NY: New York University.

Horvath, Lisa K., Elisa F. Merkel, Anne Maass and Sabine Sczesny. (2016). "Does gender-fair language pay off? The social perception of professions from a cross-linguistic perspective." *Frontiers in Psychology* 6: 2018

Hyde, J. S. (1984). Children's understanding of sexist language, en *Developmental Psychology*, 20, 697-706.

Instituto Europeo para la Igualdad de Género (2023). *Gender Equality Index 2023*. [en línea] <<https://eige.europa.eu/sites/default/files/documents/Gender%20Equality%20Index%202023.pdf>> [10/06/2024].

Irmén, L., & Kühncke, A. (1996). Zur Psychologie des "generischen Maskulinums, en *Sprache und Kognition* 15, 152-166.

Jespersen, O. (1949). *Efficiency in linguistic change*. Copenhagen: Ejnar Munksgaard

Jiménez Rodrigo, M. L., Román Onsalo, M. L., y J. Traverso Cortes. (2011). Lenguaje no sexista y barreras a su utilización. Un estudio en el ámbito universitario, en *Revista de investigación en educación*, 2 (9), 174-183.

Khosroshahi, F. (1989). Penguins don't care, but women do: A social identity analysis of a Whorfian problem, en *Language in Society*, 18, 505--525.

Klein, J. (1988). Benachteiligung der Frau im generischen Maskulinum - eine feministische Schimäre oder psycholinguistische Realität, en N. Oellers (Ed.), *Vorträge des Germanistentages Berlin 1987, Vol. 1: Das Selbstverständnis der Germanistik* (pp. 310-319). Tübingen: Niemeyer.

Konishi, T. (1993). The semantics of grammatical gender. *Journal of Psycholinguistic Research*, 22, 519-534.

Lakoff, G. (2008). *Women, fire, and dangerous things: What categories reveal about the mind*. Chicago: University of Chicago press.

Lakoff, R. (1973). Language and woman's place, en *Language in society*, 2(1), 45-79.

Lassonde, K. A., & Brien, J. O. (2013). Occupational stereotypes: Activation of male bias in a gender-neutral world. *Journal of Applied Social Psychology*, 43, 387-396.

Lenton, A. P., Sedikides, C. y M. Bruder. (2009). A latent semantic analysis of gender stereotype-consistency and narrowness in American English, en *Sex Roles* 60, 3-4: 269-278 or.

Levinson, S.C., (2003). *Space in language and cognition*, Cambridge: Cambridge University Press.

Lindqvist, A., Renström, E. A., y M. Gustafsson Sendén (2019). Reducing a male bias in language? Establishing the efficiency of three different gender-fair language strategies, en *Sex Roles* 81.1-2, 109-117.

MacKay, D. C. (1980). Psychology, prescriptive grammar, and the pronoun problem, en *American Psychologist*, 35, 444--449.

Martínez, (2008). *El lenguaje de género y el género lingüístico*. Oviedo: U.Oviedo.

Martyna, Wendy. (1978). *Using and understanding the generic masculine*. PhD. Ann Arbor (Michigan): University Microfilms.

McConnell-Ginet, S. (1978). Intonation in a man's world, *Signs*, 3:541--559.

Ministerio de Asuntos Sociales (1989). *Propuestas para evitar el sexismo en el lenguaje*. Instituto de la Mujer: Madrid.

Ministerio de Educación y Ciencia (1988). *Recomendaciones para el uso no sexista de la lengua*. Ministerio de Educación y Ciencia (Serie Coeducación): Madrid.

Moulton, J., Robinson, G. M., y Elias, C. (1978). Sex bias in language use: "Neutral" pronouns that aren't, en *American Psychologist*, 33(11), 1032–1036.

Murdock, N. L., y Forsyth, D. R. (1985). Is gender-biased language sexist? A perceptual approach, en *Psychol. Women Q.* 9, 39–49.

Murillo Ávila et al. (2018). Guía para un uso no sexista del lenguaje. Incluye una mirada especial al empleo y a la discapacidad, en Fundación ONCE. [en línea] <<https://www.consaludmental.org/publicaciones/Guia-uso-no-sexista-lenguaje-fundacion-once.pdf>> [2021/06/22].

Parks, J.B., & Roberton, M.A. (1998). Contemporary arguments against nonsexist language. *Sex Roles*, 39, 445-461.

Parlamento Europeo (2018). *Gender-neutral language in the European Parliament*. [en línea] <https://www.europarl.europa.eu/cmsdata/151780/GNL_Guidelines_EN.pdf> [2021/06/22].

Patev, A. J., Dunn, C. E., Hood, K. B., y Barber, J. M. (2018). College students' perceptions of gender-inclusive language use predict attitudes toward transgender and gender nonconforming individuals, en *Journal of Language and Social Psychology*, 38(3), 329-352.

Perissinotto, G. (1983). Spanish "hombre": Generic or specific?. *Hispania*, 66(4), 581-586.

Petchesky, R. P. (2009). The language of "sexual minorities" and the politics of identity: a position paper, en *Reproductive Health Matters*, 17, 105-110.

Phillips, J. L. (1981). More on the pronoun problem, en *American Psychologist* 36, 694–694.

Prentice, D. A. (1994). Do language reforms change our way of thinking? *J. Lang. Soc. Psychol.* 13, 3–19.

Prewitt-Freilino, J.L., Caswell, T.A., & Laakso, E.K. (2012). The Gendering of Language. *Sex Roles*, 66(3-4), 268–281.

RAE = Real Academia de la Lengua Española (2020). Informe de la Real Academia Española sobre el lenguaje inclusivo y cuestiones conexas. *Boletín de Información Lingüística de la Real Academia Española* 14, 5-207.

Rodríguez, Y., Lameiras, M., & Carrera, M.V. (2009). Validación de la versión reducida de las escalas ASI y AMI en una muestra de estudiantes españoles. *Psicogente*, 12(22), 284-295.

Rothmund, J., & Christmann, U. (2002). Auf der Suche nach einem geschlechtergerechten Sprachgebrauch. *Muttersprache* 112, 115–135.

Sanford, A. J. (1985). *Cognition and cognitive psychology*. London: Weidenfeld and Nicolson.

Sanford, A. J. (1987). *The mind of man: Models of human understanding*. Yale University Press.

Sapir, E. (1929). The Status of Linguistics as a Science, Language, *Linguistic society of America* 5:4, 207-214.

Sarrasin, O., Ute G., y P. Gygax. (2012). Sexism and attitudes toward gender-neutral language, en *Swiss Journal of Psychology*.

Sczesny, S., Formanowicz, M., y F. Moser (2016). Can gender-fair language reduce gender stereotyping and discrimination?, en *Frontiers in psychology* 7: 25.

Sczesny, S., Moser, F., y Wood, W. (2015). Beyond sexist beliefs: How do people decide to use gender-inclusive language?, en *Personality and Social Psychology Bulletin*, 41(7), 943-954.

Siltanen, J., y Stanworth, M. (1984). The politics of private woman and public man. *Theory and Society*, 13(1), 91-118.

Stahlberg, D., Braun, F., Irmel, L., y Sczesny, S. (2007). Representation of the sexes in language, en K. Fiedler (Ed.), *Social communication. A volume in the series Frontiers of Social Psychology* (163-187 or.). New York: Psychology Press.

Stahlberg, D., y Sczesny, S. (2001). Effekte des generischen Maskulinums und alternativer Sprachformen auf den gedanklichen Einbezug von Frauen, en *Psychologische Rundschau*, 52, 131-140.

Stout, J. G. y Dasgupta, N. (2011). When he doesn't mean you: gender exclusive language as ostracism, en *Pers. Soc. Psychol. Bull.* 3, 757-769.

Switzer, J. Y. (1990). The impact of generic word choices: An empirical investigation of age- and sex-related differences, en *Sex Roles*, 22, 69-82.

Talbot, M. (1998) [2019]. *Language and gender*. 3º edición. John Wiley & Sons.

Trudgill, P. (2000). *Sociolinguistics: An introduction*. Middlesex: Penguin.

Trudgill, Peter. 1972. "Sex, Covert Prestige and Linguistic Change in the Urban British English of Norwich." *Language in Society*, 1: 179–195.

Unesco (1991). Guidelines on non-sexist language. Unesco, Paris.

UPV/EHU Servicio de Igualdad y Pikara Magazine (2018). *Guía para un uso inclusivo del castellano*. Bilbo: Pikara Magazine.

UPV/EHU Servicio de Igualdad y Pikara Magazine (2018). *Euskararen erabilera inklusiboa*. Bilbo: Pikara Magazine.

Whorf, B. L. (1956/2012). *Language, thought and reality: selected writings of Benjamin Lee Whorf*. Ed. Carroll, J. B., Cambridge, Massachusetts: The MIT Press.

Wilson, Elizabeth & Ng, Sik H. (1988). Sex bias in visuals evoked by generics. *Sex Roles* 18: 159-168.

Zipf, G.K. (1949). *Human behavior and the principle of least effort*. Cambridge, MA: Addison Wesley Press.

ANEXO

1. Materiales de los estudios en castellano con población general (2.1) y con población universitaria en la CAE (2.2)

1.1. Condición en masculino genérico

Un conocido bufete estaba buscando personal que tuviera experiencia en asesoramiento jurídico en el ámbito del derecho laboral. Pidió a Recursos Humanos que realizaran una selección entre quienes anteriormente ya habían trabajado en otros puestos en filiales de la misma empresa. Tras varias entrevistas, Recursos Humanos redactó un informe del perfil del personal seleccionado para los tres puestos vacantes que puedes leer a continuación. A fecha de hoy, dos ya han firmado su contrato con el bufete y, finalmente, falta que se firme el contrato del tercer puesto vacante.

Los candidatos tienen entre 25 y 35 años. Todos tienen un título de grado universitario y trabajan en la empresa desde hace más de tres años.

Los candidatos han dado tres razones principales por las que han decidido presentarse al puesto:

- 1- desarrollo personal en el campo;
- 2- recibir más responsabilidades y enfrentarse a nuevos retos;
- 3- conocer a nuevas personas y ampliar su red profesional.

Todos los candidatos al puesto viven solos en sus apartamentos. En su tiempo libre, les gusta dedicarse al ejercicio físico, viajar y salir con su familia y gente cercana. En el ámbito laboral, han dicho que valoran la colaboración y el trabajo conjunto, y enfrentarse a nuevos retos.

Tras la experiencia de trabajo con estos candidatos durante más de tres años, recursos humanos ha evaluado de este modo sus caracteres:

“Son sociables, ambiciosos, muy dispuestos, voluntariosos y educados en la misma medida.”

“Contribuyen a generar un buen ambiente de trabajo y sus aportaciones están altamente valoradas, pero siempre tienen la tendencia a llegar al bufete en el último minuto, a veces con el tiempo justo.”

“Son motivadores, ambiciosos, excelentemente preparados, y se llevan bien con la clientela.”

“Ofrecen un óptimo servicio al bufete y es muy fácil tratar con ellos. Además, todos los candidatos conocen al menos una lengua extranjera.”

Si has leído atentamente el texto, continúa para responder a una pregunta.

¿De quién crees que está hablando la agencia y que ocupará el tercer puesto vacante?

1.2. Condición con duplicados

Las y los candidatos tienen entre 25 y 35 años. Todas/os tienen un título de grado universitario y trabajan en la empresa desde hace más de tres años.

Los candidatos y candidatas a la vacante han dado tres razones principales por las que han decidido presentarse al puesto:

- 1- desarrollo personal en el campo;
- 2- recibir más responsabilidades y enfrentarse a nuevos retos;
- 3- conocer a nuevas personas y ampliar su red profesional.

Todas/os viven solas/os en sus apartamentos. En su tiempo libre, les gusta dedicarse al ejercicio físico, viajar y salir con su familia y gente cercana. En el ámbito laboral, han dicho que valoran la colaboración y el trabajo conjunto, y enfrentarse a nuevos retos.

Tras la experiencia de trabajo con estas y estos candidatos durante más de tres años, recursos humanos ha evaluado de este modo sus caracteres:

“Son sociables, ambiciosas/os, muy dispuestas/os, voluntariosas/os y educadas/os en la misma medida.”

“Contribuyen a generar un buen ambiente de trabajo y sus aportaciones están altamente valoradas, pero siempre tienen la tendencia a llegar al bufete en el último minuto, a veces con el tiempo justo.”

“Son motivadoras/es, ambiciosas/os, excelentemente preparadas/os, y se llevan bien con la clientela.”

“Ofrecen un óptimo servicio al bufete y es muy fácil tratar con ellas y con ellos. Además, todas las candidatas y candidatos conocen al menos una lengua extranjera.”

Si has leído atentamente el texto, continúa para responder a una pregunta.

¿De quién crees que está hablando la agencia y que ocupará el tercer puesto vacante?

1.3. Condición sin marcas de género gramatical (“quienes...”) y epicenos

Las personas que se presentan al puesto tienen entre 25 y 35 años. Tienen un título de grado universitario y trabajan en la empresa desde hace más de tres años.

Quienes solicitaron la vacante han dado tres razones principales por las que han decidido presentarse al puesto:

- 1- desarrollo personal en el campo;
- 2- recibir más responsabilidades y enfrentarse a nuevos retos;

3- conocer a nuevas personas y ampliar su red profesional.

Todas las personas candidatas al puesto viven solas en sus apartamentos. En su tiempo libre, les gusta dedicarse al ejercicio físico, viajar y salir con su familia y gente cercana. En el ámbito laboral, han dicho que valoran la colaboración y el trabajo conjunto, y enfrentarse a nuevos retos.

Tras la experiencia de trabajo con estas personas durante más de tres años, recursos humanos ha evaluado de este modo sus caracteres:

“Son personas sociables, ambiciosas, muy dispuestas, voluntariosas y educadas en la misma medida.”

“Contribuyen a generar un buen ambiente de trabajo y sus aportaciones están altamente valoradas, pero siempre tienen la tendencia a llegar al bufete en el último minuto, a veces con el tiempo justo.”

“Son personas motivadoras, ambiciosas, excelentemente preparadas, y se llevan bien con la clientela.”

“Ofrecen un óptimo servicio al bufete y es muy fácil tratar con estas personas. Además, quienes han solicitado la vacante conocen al menos una lengua extranjera.”

Si has leído atentamente el texto, continúa para responder a una pregunta.

¿De quién crees que está hablando la agencia y que ocupará el tercer puesto vacante?

1.4. Condición con el neomorfema “e”

Les candidates tienen entre 25 y 35 años. Todes tienen un título de grado universitario y trabajan en la empresa desde hace más de tres años.

Les candidates a la vacante han dado tres razones principales por las que han decidido presentarse al puesto:

1- desarrollo personal en el campo;

2- recibir más responsabilidades y enfrentarse a nuevos retos;

3- conocer a nuevas personas y ampliar su red profesional.

Todes viven soles en sus apartamentos. En su tiempo libre, les gusta dedicarse al ejercicio físico, viajar y salir con su familia y gente cercana. En el ámbito laboral, han dicho que valoran la colaboración y el trabajo conjunto, y enfrentarse a nuevos retos.

Tras la experiencia de trabajo con estos candidates durante más de tres años, recursos humanos ha evaluado de este modo sus caracteres:

“Son sociables, ambiciosas, muy dispuestas, voluntariosas y educadas en la misma medida.”

“Contribuyen a generar un buen ambiente de trabajo y sus aportaciones están altamente valoradas, pero siempre tienen la tendencia a llegar al bufete en el último minuto, a veces con el tiempo justo.”

“Son motivadores, ambiciosos, excelentemente preparados, y se llevan bien con la clientela.”

“Ofrecen un óptimo servicio al bufete y es muy fácil tratar con ellos. Además, todos les conocen al menos una lengua extranjera.”

Si has leído atentamente el texto, continúa para responder a una pregunta.

¿De quién crees que está hablando la agencia y que ocupará el tercer puesto vacante?

1.5. Imágenes tras el texto experimental

¿De quién crees que está hablando la agencia y que ocupará el tercer puesto vacante?

<input type="radio"/> 	<input type="radio"/> 
<input type="radio"/> 	<input type="radio"/> 

→

1.6. Listado de preguntas cuantitativas sobre las estrategias de lenguaje inclusivo y otras estrategias para hacer referencia a personas en castellano

- ¿Habías escuchado hablar antes sobre las estrategias de lenguaje inclusivo? Sí/No/no lo sé
- [Unida a la anterior] ¿Dónde lo habías escuchado? *En casa / de amigas y amigos / en el colegio, la universidad o el trabajo / en la televisión / en los periódicos / en redes sociales y contenido online / en grupos relacionados con el activismo / Otro:*

- [Unida a la anterior] En una escala del 1 (nunca) al 5 (siempre o casi siempre), ¿sueles usar lenguaje inclusivo? *1 nunca, 2 rara vez, 3 ocasionalmente, 4 frecuentemente, 5 siempre o casi siempre*
- [Unida a la anterior] ¿En qué circunstancias utilizas tú estrategias de lenguaje inclusivo? *conversaciones informales / conversaciones formales / emails en el trabajo o estudios / textos en un registro formal / mensajes instantáneos y redes sociales (Whatsapp, Twitter...) / discursos ante público...*
- [Unida a la anterior] ¿Cuáles de las siguientes estrategias de lenguaje inclusivo empleas? *femenino plural para referirte a grupos mixtos en cuanto al género ("Las alumnas han venido a clase.") / duplicaciones ("las y los periodistas") / neologismos ("les alumnes") / palabras neutras ("las personas", "el alumnado", etc.) / Otra: / No lo sé / No uso lenguaje inclusivo*
- [Unida a la anterior] En una escala de 1-6, ¿te parece fácil HABLAR utilizando alguna estrategia de lenguaje inclusivo? *(1: me parece extremadamente difícil; 2: me parece muy difícil; 3: me parece difícil; 4: me parece fácil; 5: me parece muy fácil; 6: me sale natural)*
- [Unida a la anterior] En una escala de 1-6, ¿te parece fácil ESCRIBIR utilizando alguna estrategia de lenguaje inclusivo? *(1: me parece extremadamente difícil; 2: me parece muy difícil; 3: me parece difícil; 4: me parece fácil; 5: me parece muy fácil; 6: me sale natural)*
- ¿En qué circunstancias te parece adecuado utilizar estrategias de lenguaje inclusivo? *Likert 1- 5 (totalmente inadecuado, inadecuado, no sé, adecuado, totalmente adecuado) conversaciones informales / conversaciones formales / emails en el trabajo o estudios / textos en un registro formal / mensajes instantáneos y redes sociales (Whatsapp, Twitter...) / discursos ante público...*
- ¿Estás de acuerdo con las siguientes ideas? Puntúalas del 1 al 6 *(1: para nada de acuerdo; 2: en desacuerdo; 3: algo en desacuerdo; 4: algo de acuerdo; 5: de acuerdo; 6: completamente de acuerdo)*

[Resistencias basadas en aquellas discutidas en el artículo de Vergoosen et al. 2020]

- A) Hablando de lenguaje inclusivo, las autoridades del lenguaje (filólogos, diccionarios o profesores) son quienes tienen la última palabra sobre cuál es la forma correcta de usar la lengua.
- B) Cambiar la lengua hacia un lenguaje más inclusivo es muy difícil y/o innecesario.
- C) Hablando de lenguaje inclusivo, creo que el castellano lleva mucho tiempo siendo como es y no debería cambiarse.
- D) No deberíamos hacer caso a las exigencias de las mujeres o de las personas trans sobre los cambios lingüísticos.
- E) En el mundo solo hay dos géneros: masculino y femenino. Por eso no hay que introducir cambios lingüísticos en cuanto a los géneros gramaticales.
- F) Hay diferencias claras entre hombres y mujeres, y es normal que lenguaje muestre esas diferencias.
- G) Deberíamos centrarnos en los problemas más graves de injusticias sociales, como por ejemplo la pobreza, y no preocuparnos por la forma en la que hablamos.
- H) Quienes proponen cambios en el lenguaje quieren controlar o censurar nuestra libertad de expresión.
- I) Usar lenguaje inclusivo es inútil y ridículo.
- J) Cambiar la forma en la que hablamos para intentar ser más inclusivos no nos aportaría ninguna ventaja social ni más igualdad.
- K) El lenguaje inclusivo nos distrae del mensaje que estamos leyendo o escuchando y se nos olvida que lo importante es el contenido de lo que queremos decir.

[Apoyos]

- A) El uso constante del masculino genérico y la falta de lenguaje inclusivo invisibilizan a las mujeres, sobre todo en puestos de poder y trabajos masculinizados.
- B) No usar lenguaje inclusivo y emplear constantemente el masculino genérico excluyen a algunas personas y colectivos.
- C) Usar un lenguaje más inclusivo nos hace reflexionar nuestras propias inclinaciones sexistas, aunque sean inconscientes.
- D) Al no usar lenguaje inclusivo perpetuamos sesgos sexistas que existen en nuestra sociedad.
- E) El lenguaje inclusivo es fácil de usar al escribir.
- F) El lenguaje inclusivo es fácil de usar al hablar.
- G) El lenguaje inclusivo es fácil de entender.
- H) Debemos usar el lenguaje inclusivo para que la lengua refleje los cambios que realizamos en nuestra sociedad.
- I) El uso constante del masculino genérico me incomoda o no me gusta.
- J) Usar constantemente el masculino genérico y no usar un lenguaje más inclusivo invisibiliza a las mujeres o a las personas no binarias.

- ¿Es familiar para ti el uso de la “-e” para referirse a personas de las que no se quiere especificar el género, o para referirse a un grupo de personas donde se hallan tanto hombres como mujeres y personas no binarias? (ejemplo, “querides estudiantes”, “les invitades”, “hola a todes” etc.) (- *Para nada familiar - Poco familiar - Un poco familiar - Familiar - Muy familiar*)
- ¿Te parece aceptable el uso de la “-e” para referirse a personas de las que no se quiere especificar el género, o para referirse a un grupo de personas donde se hallan tanto hombres como mujeres y personas no binarias? (ejemplo, “querides estudiantes”, “gentiles invitades”, “hola a todes” etc.) (- *Para nada aceptable - Poco aceptable - Un poco aceptable - Aceptable - Muy aceptable*)
- ¿Has usado alguna vez la “-e” para referirte a personas de las que no se quiere especificar el género, o para referirte a un grupo de personas donde se hallan tanto hombres como mujeres o personas no binarias? (ejemplo, “querides estudiantes”, “les invitades”, “hola a todes” etc.) (- *No, nunca - Sí, a veces - Sí, muchas veces o siempre*)

1.7. Final del cuestionario

Al final del cuestionario, en todas las versiones, se incluía una última pantalla con la siguiente información:

- ¿Te has quedado con ganas de saber más? Si quieres seguir reflexionando sobre el uso del lenguaje inclusivo en castellano, puedes echarle un ojo a esta guía de Pikara Magazine y la UPV/EHU: <https://www.ehu.eus/documents/2007376/12795677/Uso-inclusivo-del-castellano.pdf/7dce2de6-4ad3-7353-dd5c-68312586a3cc>

2. Materiales del estudio 2.3. en euskera con población universitaria de la CAE

2.1. Condición sin marcas de género en las referencias a personas

Abokatu empresa ezagun bat lan-zuzenbidearen arloan aholkularitza juridikoan esperientzia duten langileak bilatzen ari zen. Enpresak Giza Baliabide Atalari eskatu zion aurretik enpresa bereko filialetan beste lanpostu batzuetan lan egin zutenen artean hautaketa bat egiteko. Hainbat elkarritzeta egin ondoren, Giza Baliabide Atalak jarraian irakur dezakezun txosten bat idatzi zuen, non hiru lanpostu hutsetarako hautatutako langileen profila zehazten den. Gaurkoz, bik sinatu dute kontratua enpresarekin, eta, azkenik, hutsik dagoen hirugarren postuaren kontratua sinatzea bakarrik falta da.

Hautagai hauek 25 eta 35 urte bitartean dituzte. Guztiak unibertsitateko titulua dute, eta hiru urte baino gehiago daramatzate enpresan lanean.

Hautagaien hiru arrazoi nagusi eman dituzte lanpostura aurkezteko:

- 1- garapen pertsonala lan eremuan;
- 2- erantzukizun gehiago jasotzea eta erronka berriei aurre egitea;
- 3- Pertsona berriak ezagutzea eta haien sare profesionala zabaltzea.

Posturako hautagai guztiak bakarrik bizi dira beren apartamentuetan. Aisialdian, ariketa fisikoa egitea, bidaiatzea eta familiarekin eta gertuko jendearekin irtetea gustatzen zaie. Lan arloan, lankidetasuna eta elkarlana balioesten dituztela esan dute, eta erronka berriei aurre egitea.

Hautagai horiekin hiru urte baino gehiagoz lan egin ondoren, Giza Baliabide Atalak honela ebaluatu ditu beren ezaugarriak:

“Lagunkoiak, handinahiak, oso prestuak, borondatetsuak eta adeitsuak dira era berean.”

“Lan-giro ona sortzen laguntzen dute, eta haien ekarpenei balio handia ematen zaie, baina beti dute lantokira azken minutuan iristeko joera, batzuetan denbora justuarekin.”

“Motibatzaleak dira, bikain prestatuak, eta ondo moldatzen dira bezeroekin.”

“Enpresari zerbitzu ezin hobea eskaintzen diote, eta oso erraza da haien tratatzea. Gainera, hautagai guztiak gutxienez atzerriko hizkuntza bat dakite.”

Testua adi-adi irakurri baduzu, egin klik hemen horren inguruko galdera bat erantzuteko:

Nori buruz uste duzu ari dela hitz egiten Giza Baliabide Atala bere testuan, nor da hutsik dagoen hirugarren postua beteko duena?

2.2. Condición con referencias explícitas a mujeres y hombres

Emakume eta gizon hautagai hauek 25 eta 35 urte bitartean dituzte. Guztiak unibertsitateko titulua dute, eta hiru urte baino gehiago daramatzate enpresan lanean.

Hautagaien hiru arrazoi nagusi eman dituzte lanpostura aurkeztekoko:

- 1- garapen pertsonala lan eremuan;
- 2- erantzukizun gehiago jasotzea eta erronka berriei aurre egitea;
- 3- Pertsona berriak ezagutzea eta haien sare profesionala zabaltzea.

Posturako hautagai guztiak bakarrik bizi dira beren apartamentuetan. Aisialdian, ariketa fisikoa egitea, bidaiatzea eta familiarekin eta gertuko jendearekin irtetea gustatzen zaie. Lan arloan, lankidetasuna eta elkarlana balioesten dituztela esan dute, eta erronka berriei aurre egitea.

Emakume eta gizon horiekin hiru urte baino gehiagoz lan egin ondoren, Giza Baliabide Atalak honela ebaluatu ditu beren ezaugarriak:

“Lagunkoiak, handinahiak, oso prestuak, borondatetsuak eta adeitsuak dira era berean.”

“Lan-giro ona sortzen laguntzen dute, eta haien ekarpenei balio handia ematen zaie, baina beti dute lantokira azken minutuan iristeko joera, batzuetan denbora justuarekin.”

“Motibatzaleak dira, bikain prestatuak, eta ondo moldatzen dira bezeroekin.”

“Enpresari zerbitzu ezin hobea eskaintzen diote, eta oso erraza da haien tratatzea. Gainera, hautagai diren gizon eta emakume guztiak gutxienez atzerriko hizkuntza bat dakite.”

Testua adi-adi irakurri baduzu, egin klik hemen horren inguruko galdera bat erantzuteko:

Nori buruz uste duzu ari dela hitz egiten Giza Baliabide Atala bere testuan, nor da hutsik dagoen hirugarren postua beteko duena?

2.3. Listado de preguntas cuantitativas sobre las estrategias de lenguaje inclusivo y otras estrategias para hacer referencia a personas en euskera

- *Zer deritzozu hizkuntzaren erabilera ez sexista edo inklusiboaren inguruan? “¿Qué opinión te merece el uso no sexista o inclusivo del lenguaje?”* [Respuesta abierta]
- *Euskarak sexismoa ekidin eta inklusiboagoa izateko estrategia linguistikoak behar dituela uste duzu? (Bai/Ez/Ez dakit)* “¿Crees que en euskera se necesitan estrategias lingüísticas para evitar el sexismo y ser más inclusivo? (Sí/No/No sé)”
- *Ezagutzen al duzu euskara generoari dagokionez inklusiboagoa izateko hizkuntza estrategiarik? (Bai/Ez/Ez dakit)* “¿Conoces alguna estrategia lingüística en euskera para ser más inclusivo en cuanto al género? (Sí/No/No sé)” *Zein/zeintzuk? “¿Cuál/cuáles?”* [Respuesta abierta]
- *Enpresa batek lanpostu baterako hautagaiak bilatzerakoan, uste duzu erabilgarria izan daitekeela emakume zein gizonak aurkeztu ahal direla esplizituki esatea? (Bai/Ez/Ez dakit)* “A la hora de que una empresa busque candidatos a un puesto de trabajo, ¿crees que puede ser útil decir explícitamente que se pueden presentar tanto mujeres como hombres? (Sí/No/No sé)”

- *Zure ustez, euskaraz inklusiboagoa izateko beharra gaztelaniaren inposaketatik dator? (Bai/Ez/Ez dakit)* “¿Crees que la necesidad de ser más inclusivo en euskera proviene de la imposición del castellano? (Sí/No/No sé)”
- *Zure ustez, testuinguru batzuetan emakumeak esplizituki aipatzea erabilgarria izan daiteke haien presentzia agerikoa izateko? (Bai/Ez/Ez dakit)* “¿Crees que la mención explícita a las mujeres en algunos contextos puede ser útil para hacer visible su presencia? (Sí/No/No sé)”

2.4. Final del cuestionario

Al final del cuestionario, en las dos versiones, se incluía una última pantalla con la siguiente información:

- Jakinminarekin geratu zara? Euskararen erabilera ez sexistaren inguruko hausnarketarekin jarraitu nahi baduzu, Pikara Magazine eta EHUREN gida hotetara jo dezakezu:
<https://www.ehu.eus/documents/2007376/12795677/Euskararen-erabilera-inklusiboa.pdf/9d3417d4-4479-9b9c-e744-a49c31e65369>