

*LO QUE
NO SE
NOMBRA,*

NO EXISTE.

El lenguaje inclusivo en el Paisaje Lingüístico
de Montevideo

Trabajo de Fin de Grado en Filología Hispánica

Departamento de Lenguas Modernas

Universidad de Helsinki

2024

Hilma Hartikainen

AGRADECIMIENTOS

Primero quiero agradecer a Anton Granvik, quien fue nuestro supervisor académico en el proceso del trabajo fin de grado. Agradezco dos universidades en particular, La Universidad de Helsinki y La Universidad de la República del Uruguay. La Universidad de Helsinki me dio muchos conocimientos tanto académicos generales como especiales de mi carrera, filología española. Gracias a la Universidad de Helsinki por la oportunidad de hacer un intercambio en Uruguay en el año 2022. La Universidad de la República del Uruguay me inspiró y me motivó para seguir con mis estudios de filología.

Sobre todo, agradezco a Lucas Llanes y toda la familia Azambuja que me dieron la bienvenida a su casa durante el verano de 2024 y el proceso de recogimiento del material de este trabajo.

Compartiendo sus conocimientos e historias de la vida en Uruguay me ayudaron mucho con el material de base teórico sobre el tema del trabajo. Lo más importante es que me hicieron sentir como en casa. Agradezco a la futura lingüista Iliana Yacosa, que fue excelente compañía en los estudios en Uruguay, pero también como una muy gran amiga. Finalmente, agradezco a mi familia y a mis amigas de la Facultad de Humanidades de la Universidad de Helsinki por motivarme, ayudarme en los momentos desafiantes y hacerme buena compañía durante mis estudios.

RESUMEN EN ESPAÑOL

El tema de este trabajo fin de grado es la visibilidad de lenguaje inclusivo de género (LIG) en el paisaje lingüístico de Montevideo, la capital de Uruguay. En español, los sustantivos, adjetivos y una gran cantidad de pronombres se conjugan según el género masculino o femenino. Este estudio pretende averiguar si también aparecen formas inclusivas respecto al género en las calles de Montevideo.

Al realizar la investigación, se buscaron palabras que hacen referencia al género en el paisaje lingüístico (PL). El género masculino se indica con la letra *o* (*chico*) y el femenino con la letra *a* (*chica*). Las formas neutras se expresan con las letras *e* (*chique*) y *x* (*chicx*) y el signo *@* (*chic@*). Además, la mención de ambos géneros (masculino y femenino) (*chica y chico, las y los chicos*) se clasifica como referencia neutra.

El objetivo de la investigación es responder a las siguientes preguntas: que presencia tiene el LIG en el PL de Montevideo, en qué formas aparece y si es particularmente común en ciertos tipos de comunicación. Las hipótesis de la investigación son: el LIG (formas *e*, *x*, *@* y mención de *masculino* y *femenino*) es visible en el paisaje lingüístico del Municipio B de Montevideo y la forma de referencia al género más común en el PL es la forma masculina.

El material del estudio ha sido recolectado en el área de cinco barrios ubicados en el Municipio B de Montevideo durante el enero y febrero de 2024. El material consiste en 90 textos fotografiados que contienen 122 referencias al género. El material ha sido analizado con más detalle según el comunicador del texto y el tipo de comunicación. Además, se ha realizado una revisión breve a la función gramatical de las referencias de género.

La investigación de base del tema se ha llevado a cabo familiarizándose en dos teorías diferentes sobre el PL, las instrucciones de la Real Academia Española sobre el uso del lenguaje inclusivo de género y la política lingüística de Uruguay.

Los resultados del estudio muestran que el 60,7 por ciento de las referencias al género encontradas son masculinas, el 21,3 por ciento femeninas y el 18 por ciento neutras. Además, los resultados de la investigación muestran que el uso del LIG fue más común en reivindicaciones y comunicado por una persona o grupo privado.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	5
2. MARCO TEÓRICO	8
2.1 <i>¿Qué es el lenguaje inclusivo de género y por qué se usa?</i>	8
2.2 <i>Formas no sexistas para referirse al género</i>	9
2.3 <i>Otros tipos de lenguaje inclusivo de género</i>	10
2.3.1 <i>Políticas sobre el LIG en Uruguay</i>	11
2.3.2 <i>Políticas sobre el LIG</i>	12
2.4 <i>La RAE sobre el lenguaje inclusivo de género</i>	13
2.5 <i>El Paisaje Lingüístico</i>	15
3. MÉTODO Y MATERIAL	17
3.1 <i>El área de estudio: el Municipio B de Montevideo</i>	17
3.2 <i>Corpus y método</i>	19
4. ANÁLISIS	23
4.1 <i>La visibilidad de las formas masculinas, femeninas y neutras</i>	23
4.2.1 <i>Persona independiente o grupo privado</i>	24
4.2.2 <i>Comunicador comercial</i>	26
4.2.3 <i>Autoridades</i>	28
4.2.4 <i>Institución educativa</i>	28
4.3 <i>El tipo de comunicación</i>	30
4.3.1 <i>Información</i>	30
4.3.2 <i>Publicidad</i>	31
4.3.3 <i>Reivindicación</i>	33
4.3.4 <i>Arte callejero</i>	36
4.4 <i>Función gramatical en la oración</i>	37
4.5 <i>Discusión de los resultados</i>	39
5. CONCLUSIONES.....	40
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	41
ANEXO: LAS IMÁGENES DE TEXTOS CON REFERENCIAS	43

INTRODUCCIÓN

En el año 2022 hice mi semestre de intercambio en la Universidad de la República en Uruguay. Estudié en Montevideo en la Facultad de Humanidades. *El lenguaje inclusivo* fue un tema presente en los cursos, tanto lingüística como sociológicamente. En este trabajo fin de grado uso el término *lenguaje inclusivo de género* (LIG) para aclarar de qué clase de inclusividad estoy hablando. Como el LIG es un asunto sobre el que no hay acuerdo entre los gramáticos, lingüistas y políticos, me resultó pertinente hacer un estudio empírico para verificar su posición en la sociedad.

Para estudiarlo en el nivel urbano, combino el tema del LIG con el concepto del *paisaje lingüístico*. El paisaje lingüístico (PL) contiene todas las variedades de texto que se pueden ver en un entorno físico y por eso el paisaje lingüístico puede reflejar las actitudes lingüísticas y los usos de la lengua de los habitantes de cierta zona. Este estudio se realiza en el centro de Montevideo en algunos barrios del Municipio B de la capital. El Municipio B es una zona cultural, comercial y lingüísticamente rica en las diferentes variedades estudiadas en este trabajo.

Mi interés por el tema del lenguaje inclusivo de género empezó por la pregunta de si la lengua puede ser sexista en sí misma o si es siempre el uso el que le crea un valor sexista en el contexto. La pregunta es muy amplia, pero al menos se puede hacer lo mejor para minimizar el efecto discriminador o machista que creamos con la lengua en la sociedad. La Real Academia Española responde la pregunta diciendo que la lengua en sí misma no posee ningún tipo de sexismo, sino que son los usos de ella que lo crean. Argumenta que los usos sexistas de la lengua no son indispensables, sino que los valores y prejuicios de los emisores son los que crean la duda sobre un “sexismo de lengua” (RAE, 2020: 32). Sin embargo, el uso de la lengua puede hacer mucho daño, puede excluir, discriminar o hasta invisibilizar a algunos grupos de personas (Jiménez-Yañez y Colmenares Díaz 2022: 807).

Para profundizar la información dada sobre el *paisaje lingüístico* baso el estudio y el análisis en la teoría de Laundry y Bourhis (1997). Como base para el lenguaje inclusivo, escruto el *Informe de la Real Academia Española sobre el lenguaje inclusivo y cuestiones conexas* (RAE, 2020).

En este trabajo intento responder las siguientes preguntas:

1. ¿Qué presencia tiene el lenguaje inclusivo de género en el paisaje lingüístico de Montevideo?
2. ¿En qué formas aparece el lenguaje inclusivo del género?
3. ¿Hay ciertos tipos de comunicación¹ en los cuales el lenguaje inclusivo del género domina más que en otros?

Respondiendo a esas tres preguntas intento probar las hipótesis del trabajo, que son:

H1: Las formas inclusivas respecto al género (*x*, *e* y *@*) están presentes en el paisaje lingüístico de los barrios del Municipio B de Montevideo.

H2: La forma de referimiento al género que tiene más presencia es la forma masculina (*o*).

Viviendo en la zona del estudio en Montevideo me di cuenta de que las formas inclusivas de género estaban ganando más presencia en el PL, en las redes sociales y en el habla de los habitantes. Construí la primera hipótesis basado en las observaciones que había hecho en Montevideo durante el año 2022. La segunda hipótesis fue construida por las mismas experiencias y también haciendo la investigación de base de este estudio. Con las preguntas de investigación intento probar las hipótesis, pero más importante, intento analizar el material del estudio más profundamente para obtener la imagen más realista posible de la situación del LIG en el PL de Montevideo y de sus detalles.

La estructura del trabajo es la siguiente: en la parte del marco teórico (apartado 2) explico la definición del lenguaje inclusivo de género, su uso y las diferentes formas en que aparece en la zona del estudio. Lo contextualizo sociolingüísticamente dando información sobre la situación de su uso en Montevideo. Hago una descripción general de lo que la Real Academia Española dice sobre el uso del lenguaje inclusivo. Para terminar el apartado, explico brevemente en qué consiste el paisaje lingüístico. En el apartado 3 describo la zona del estudio, el Municipio B de Montevideo, y explico los métodos que he usado para realizar este trabajo. A continuación, en el apartado 4 analizo el

¹ El *tipo de comunicación* se clasifica por el propósito de la comunicación. En este trabajo se clasificó los tipos de comunicación por avisar, crear comercio, señalar una reivindicación y publicar arte callejero.

material clasificándolo según el tipo de comunicación: información (aviso), publicidad (comercial), reivindicación (política o activista) o arte callejero. Para hacer un estudio más profundo y variado, clasifiqué el material también por su comunicador, que en este caso puede ser una persona o un grupo privado, un comercio, una autoridad o una institución educacional. Al fin del apartado 4 echo un breve vistazo a la función gramatical de las referencias de género y termino el apartado con una discusión de los resultados. Termino el trabajo en las conclusiones del estudio (§ 5).

2. MARCO TEÓRICO

En este apartado se introduce el lenguaje inclusivo de género (LIG) y se presentan las políticas lingüísticas sobre el LIG en Uruguay y lo que la RAE dice sobre el LIG. Por último, se presenta brevemente qué es el paisaje lingüístico.

2.1 *¿Qué es el lenguaje inclusivo de género y por qué se usa?*

El lenguaje inclusivo de género divide las opiniones en la sociedad tanto como la diversidad de género. Para empezar, hay que aclarar la diferencia entre los términos *sexo* y *género*. El sexo se refiere al sexo biológico de una persona. El concepto del sexo biológico viene del desglose del macho y de la hembra, o sea, del masculino y femenino (De Potestad Menéndez 2022: 84). El género, por su parte, es una construcción sociocultural que influye en la construcción de identidad de una persona. El género se entiende como variaciones mentales y físicas que no siempre caben en la dicotomía masculino-femenino. Por eso, el género posee mucha más flexibilidad que el sexo y muestra una necesidad de formas gramaticales que incluyan dicha flexibilidad en la sociedad. Siendo una representación de la realidad, la lengua tiene un gran poder en el desarrollo de la equidad. En palabras de Albert Muñoz (2022: 7) “lo que no se nombra, no existe”.

Para aclarar, este estudio se concentra en analizar el LIG desde el punto de vista del género, y no del sexo, porque es exactamente el concepto de género el que puede presentar la necesidad de ampliación de las reglas gramaticales.

El problema del LIG cabe entre dos puntos de vista diferentes. La perspectiva gramatical, siendo también la perspectiva más conservadora, no está tan abierta a los cambios igualitarios que propone la perspectiva sociológica. Es posible que la sociolingüística pueda ser el puente que construye una relación entre los dos puntos de vista. Furtado (2013: 69) lo describe como un compromiso que por la parte de la gramática puede permitir “un gesto simbólico que les² permite avanzar en la conquista de derechos”, pero también puede asegurarse de que no se desatienden las reglas según las que funcionan la lengua y su construcción natural o artificial.

En la introducción se mencionó la pregunta de si la lengua puede ser sexista o no. Varias teorías (Jiménez-Yañez y Colmenares Díaz 2022, RAE 2020, Furtado 2013, Guía de lenguaje inclusivo

² “les” se refiere “a las mujeres”

2010) plantean que la lengua no es sexista, pero refleja las normas, pensamientos y comportamientos sexistas que se observan en la sociedad. Aunque de eso hay debate, todos los materiales de base utilizados en este trabajo están a favor de la idea de que, para hacer cambios en el lenguaje, primero hay que hacer cambios en la sociedad. Para retirar usos sexistas de la lengua, hay que retirarlos de los pensamientos de los hablantes. Desde otro punto de vista, cambiando la lengua a propósito puede abrir los ojos de los hablantes y traerles más conciencia de su propio uso de la lengua. Los cambios intencionales pueden tener mucho valor para los hablantes, en el caso del LIG especialmente para las mujeres y para las personas que no se identifican ni como mujeres ni como hombres.

2.2 Formas no sexistas para referirse al género

En lugar de las vocales *o* y *a*, que se asocian a los géneros masculino y femenino, varios hispanohablantes han empezado a evitar la referencia al género usando un lenguaje no binario con *la seña @* y *las letras x* y *e*. En este estudio he decidido concentrarme en estas formas porque son relativamente nuevas y más empleadas en el uso de la lengua. La dificultad reside en el uso de la @ y la *x* en la lengua hablada. ¿Cómo se pronuncian? Además, según la RAE (2020: 74), la arroba no es un signo lingüístico. En la lengua escrita pueden funcionar sin mayores complicaciones, pero para que una persona las pueda usar en el habla, tienen que funcionar en la pronunciación.

La *e* funciona bien en la pronunciación, pero produce otros problemas. ¿Cómo se combina con los masculinos que ya terminan en *e*? La cuestión es especialmente relevante para los plurales, por ejemplo, el plural masculino genérico del *profesor* es *profesores* y la forma femenina sería *profesoras*. Entonces, ¿Cómo distinguir si se habla de un grupo inclusivo de género, o si se habla solamente de profesores varones? También, el uso de la *e*, como también el de la arroba y la *x*, requieren mucha concentración de parte de hablante y oyente.

Si no se quiere cambiar la gramática que ya existe, se puede usar la duplicación de artículos o la mención de las dos formas, la masculina y la femenina. Esto sería, por ejemplo, decir *los y las niñas* o *los niños y las niñas*. De esta manera se puede marcar mejor especialmente la presencia de las mujeres, pero este sistema, llamado desdoblamiento de género, no funciona para referirse a las personas que no se identifican ni con el género masculino ni con el femenino. Sin embargo,

considerando la historia de la posición de las mujeres en la sociedad, esto ya es un avance importante para normalizar la presencia de ellas en todos los contextos.

2.3 Otros tipos de lenguaje inclusivo de género

Existen varias herramientas lingüísticas posibles para incluir mejor a todos los individuos en la sociedad. Casi todas las referencias al género son cambiables a formas no binarias. En la mayoría de los casos se pueden usar sustantivos epicenos (Albert Muñoz 2022: 36 y RAE 2020: 39). En este caso se cambiarían expresiones como *los niños*, *los profesores* o *el hombre* a palabras no sexuadas, como *la infancia*, *el profesorado* o *la persona*. Sin embargo, cambiar sustantivos sexuados por epicenos no está exento de problemas. Analizándolo desde el punto de vista léxico, no es que las sustituciones epicenas siempre sean equivalentes a las formas masculinas o femeninas. Por ejemplo, *los médicos* no puede ser sustituida con *la medicina* sin un cambio de significado léxico. Lo mismo ocurre con varios casos similares, por ejemplo, *demasiados organizadores* (*demasiada organización*) o *nuestros vecinos* (*nuestro vecindario*) (NGLE 2009-2011: §2.2i).

Otro caso llamativo son los adjetivos. Por ejemplo, *están capacitados* es fácilmente cambiable a *son capaces*. Varias veces son los determinantes y artículos los que complican el uso inclusivo del español. Cuando es posible, se pueden sustituir por otras construcciones que no hacen referencia al género. *Los estudiantes* es cambiable a *cada estudiante* o *unos mil estudiantes* a *aproximadamente mil estudiantes* (RAE 2023: 2,3).

Otras formas sugeridas por la RAE (2024: 61) son formar las oraciones en voz pasiva o cambiar los pronombres relativos masculinos por otros que no hacen referencia al género. Esto se realiza, por ejemplo, cambiando expresiones como *los pasajeros comprarán el pasaje* por *se comprará pasaje* o cambiando pronombres como *los que* por *quienes*. El uso del gerundio también es un recurso que puede resultar útil. *Si los estudiantes trabajan bien, reciben menos deberes* es cambiable a *trabajando bien, se reducirán los deberes* (RAE 2023: 5).

Sin embargo, se necesitan formas fáciles y cortas para poder incluir el lenguaje no sexista en el repertorio lingüístico. La búsqueda de sustantivos epicenos y la evasión del sujeto pueden complicar y crear retraso especialmente en el habla espontánea.

2.3.1 Políticas sobre el LIG en Uruguay

Uruguay tiene una historia relativamente larga con las políticas de igualdad de géneros y de los derechos humanos. Furtado (2013: 53-54) explica los acontecimientos más importantes de las últimas décadas. En 1987 se fundó el Instituto Nacional de las Mujeres que se encargó de las políticas de género del país. En 2005 el instituto empezó a formar parte del Ministerio de Desarrollo Social (MIDES), y empezó el planteamiento de la *Ley de Igualdad de Oportunidades y Derechos* que se aprobó en el año 2007. La ley no trataba aún temas lingüísticos. Al empezar el desarrollo legislativo sobre la inclusión y diversidad de géneros, por los años 2007-2011, el Instituto Nacional de las Mujeres planteó el primer *Plan Nacional de Igualdad de Oportunidades y Derechos*. El plan incluyó acciones lingüísticas sobre la inclusividad. Entre varias instrucciones, se sugirió, por ejemplo “implementar medidas que garanticen el uso de un lenguaje no sexista e imágenes libres de violencia, discriminación y estigmatización en los medios de comunicación” (Plan Nacional de Igualdad de Oportunidades y Derechos, 2007: 59).

La capital de Uruguay, Montevideo, ha sido un modelo para los otros municipios del país con el uso de lenguaje no sexista. La Intendencia de Montevideo (IM) presentó su primer *Plan de Igualdad de Oportunidades y Derechos para la Ciudad* en el año 2002, que propuso, por ejemplo, la “sensibilización y capacitación a técnicos y periodistas para la elaboración de mensajes y programas que promuevan la equidad de género (Plan de Igualdad para la ciudad de Montevideo, 2002: 15)”. En el año 2007 se presentó el segundo plan en que la IM ya incluyó reglas sobre el uso no sexista de la lengua (Furtado, 2013: 56).

En el año 2010 la Intendencia de Montevideo (IM) declaró que empezaría a usar el LIG en todos los contextos administrativos, educativos y en la comunicación institucional (*La Diaria*, 2020). La IM no usa las formas inclusivas analizadas en este trabajo (*x*, *e* y *@*). Por eso en el material de este estudio no se encuentra más que un cartel instalado por la IM. En su forma de crear una comunicación lingüísticamente inclusiva, la IM evita expresiones que hagan referencia a los géneros (por ejemplo, *toda persona ajena* (observación 1) en vez de *todos/-as los/las ajenos/-as*; como se ve en la imagen 1) o usa la anotación de tanto la forma masculina como la femenina (por ejemplo, *funcionarias y funcionarios* o *las y los funcionarios*) en vez de mencionar solo la forma masculina.

Sin embargo, se puede decir que la decisión de la IM de solamente usar lenguaje inclusivo de género no se ha cumplido totalmente. En el corpus de este estudio se encuentra un cartel instalado por la IM que dice *discapacitado* (observación 12) solamente en la forma masculina.

IMAGEN 1. observación (1) *toda persona ajena*



2.3.2 Políticas sobre el LIG

En el año 2024 el LIG ya es un tema polémico que evoca opiniones y emociones fuertes en la sociedad. Varios países han tomado una postura al respecto del LIG, entre ellos Francia (*Le Monde*, 2023) y Argentina. Comparado con la situación de Uruguay, es relevante e interesante tomar en cuenta el ambiente sobre el tema en Argentina, porque siendo país vecino, Uruguay tiene una relación geopolíticamente fuerte con él.

El 24 de febrero de 2024 el actual presidente de Argentina, Javier Milei, ha prohibido el uso del LIG en toda la administración pública nacional. Eso incluye que “no se va a poder utilizar la letra *e*, la arroba y la *x*” y ordena “evitar la innecesaria inclusión del femenino en todos los documentos de la administración pública (*El País Argentina*, 2024)”. Milei razona su decisión explicando que el LIG ha sido usado como “un negocio de la política”, que destruye los valores de la sociedad y que el LIG es una desnaturalización de la lengua castellana que posee demasiado riesgo de ser interpretada de maneras erróneas (*El País Argentina*, 2024).

A pesar de la política liberal sobre el LIG, también en Uruguay hay una oposición que lo rechaza. En 2020 el edil uruguayo Diego Rodríguez Salomón criticó las reglas estabilizadas por la IM sobre

el LIG. Rodríguez Salomón explicó que el LIG es “ininteligible y poco serio” y que su uso era una pérdida de tiempo que se podría usar para solucionar problemas verdaderos de la capital (*La Diaria*, 2020). Según el edil, el problema fundamental del asunto es que la Real Academia Española no reconoce el uso del lenguaje inclusivo.

2.4 La RAE sobre el lenguaje inclusivo de género

La Real Academia Española (RAE) publicó el 16 de enero del año 2020 el *Informe de la Real Academia Española sobre el lenguaje inclusivo y cuestiones conexas*. El texto contiene recomendaciones sobre el uso del lenguaje inclusivo en contextos oficiales de administración parlamentaria. Cabe aclarar que esas recomendaciones no son dirigidas al uso de la lengua cotidiana, aunque a veces hay mención de cómo incorporar o usarlas en situaciones informales. En aquel texto, la RAE admite ser inculpada de favorecer el mantenimiento de las normas sexistas de la lengua española (RAE 2020: 31). Para responder a esos argumentos, la Academia se declara explícitamente en contra de cualquier tipo de sexismo (RAE 2020: 32). Aun así, la Academia reconoce la necesidad de un comentario autorizado sobre las dudas de los hispanohablantes sobre el tema.

La RAE declara impropio el uso de las formas inclusivas *e*, *x* y *@*. A los propósitos de este estudio, lo más relevante que dice la RAE (2024: 1) sobre el uso del LIG es:

la recomendación de que se evite la arroba como posible comodín de las vocales *-o* y *-a* (*l@s parlamentari@s*), así como las letras *-x* (*lxs parlamentarixs*) *-e* (*les parlamentaries*) en contextos similares. También propone el texto de la Mesa del Congreso que se evite «el uso de las flexiones de género no recogidas en el Diccionario de la RAE». El mismo texto recomienda «no abusar de las duplicaciones de género» (*los parlamentarios y las parlamentarias*).

Para verificar el enfoque de la RAE, en el 20 de marzo de 2024, se consultó el *Diccionario de la lengua española* (DRAE). En el diccionario no se encuentran formas inclusivas de género formadas por *e*, *x* o *@*. Se buscaron los pronombres (*todos/todas(/todes)*, *nosotros/nosotras(/nosotres)*) y algunas palabras que aparecen constantemente en el habla cotidiana (*chico/chica(/chique)*).

El punto de vista de la RAE es claro sobre el uso de *e*, *x* y *la @*, pero vale la pena profundizar un poco la información que la Academia da sobre los desdoblamientos (*los parlamentarios y las parlamentarias, los y las parlamentarias*). La Academia dice que hay veces en que la mención de

los dos géneros es relevante en la información dada, y en aquellos casos se recomienda. Aun así, si los desdoblamientos no dan información necesaria, la RAE los clasifica como innecesarios desde la perspectiva lingüística (RAE, 2020: 70).

Al no recomendar el uso de las alternativas formas inclusivas (*e*, *x* y *@*), la Academia habla del *masculino inclusivo* del español. Según la RAE el uso genérico del masculino ya cumple el puesto de forma inclusiva en la lengua española “como término no marcado de la oposición de género, puede referirse a grupos mixtos y, en contextos genéricos o inespecíficos, a persona de uno u otro sexo (2020: 64).” En 2023 la RAE añadió un comentario sobre el uso excesivo del masculino genérico. En vez de abusar del masculino genérico, la Academia recomienda alterar los usos de la forma femenina y masculina en contextos en los cuales resulta posible, sin crear desorden gramático (RAE, 2023: 10, 12). La RAE justifica el mantenimiento del masculino inclusivo por la conservación de las reglas sintácticas del español y por la concordancia lingüística de género y sexo.

No todas las instituciones oficiales y administrativas aceptan las recomendaciones de la RAE sobre el masculino genérico. La Comisión Interdepartamental de Género del Congreso de Intendentes del Uruguay clasificó el masculino genérico entre los “usos androcéntricos y sexistas del lenguaje (Guía de lenguaje inclusivo 2010: 19)”. Según la comisión mencionada “ya no vale la excusa de que el masculino genérico incluye a las mujeres ¿Acaso un femenino genérico incluiría en la misma medida a los varones?” y “hay tradiciones que deben conservarse, y hay otras que es mejor que desaparezcan. A menudo, el sostenimiento de determinadas tradiciones dificulta la evolución de la sociedad” (Guía de lenguaje inclusivo 2010: 17).

La RAE expone el término de *sexismo de discurso* en vez de hablar del *sexismo lingüístico*. Como ya se ha mencionado en la introducción, la Academia clasifica la lengua como una herramienta totalmente técnica que no representa una determinada ideología, o que no puede contener valores en sí misma. La lengua puede funcionar como un medio para expresar propósitos sexistas, pero en sí misma no los contiene. Según la Academia, las expresiones sexistas “no son responsabilidad del medio, sino de los hablantes (RAE, 2020: 32)”. En vez de *sexismo lingüístico*, la Academia reconoce la existencia del *sexismo de discurso* y presenta varias herramientas lingüísticas para disminuirlo. Entre ellos, la Academia propugna el uso de las formas tratadas en el apartado 2.3 (epicenos, desdoblamientos, pasiva o pronombres como *quien(es)*).

Al fin de la nota publicada en febrero de 2024, la RAE presenta su punto de vista sobre la influencia del lenguaje en el desarrollo de la igualdad de género. La Academia argumenta que:

no se avanza en la consecución de la igualdad democrática de hombres y mujeres forzando de manera artificial la gramática y el léxico de la lengua española, sino arbitrando medidas legislativas que conduzcan a la equiparación de derechos, mejorando la educación que nuestros jóvenes³ reciben en la escuela y trabajando de otras muchas formas por una sociedad que refleje de manera efectiva todos esos valores (RAE, 2024: 4).

2.5 El Paisaje Lingüístico

El paisaje lingüístico es un concepto sociolingüístico en el que se estudia el uso de la lengua en entornos públicos (Moustaoui 2019: 7). El paisaje lingüístico (PL) incluye todo el texto visible en un cierto espacio: los carteles de autoridad y las señales de tráfico, las publicidades, los carteles comerciales y privados, los nombres de las calles, arte callejero et cetera (Laundry y Bourhis 1997:25).

En cuanto a la estructura sociolingüística del PL, Laundry y Bourhis (1997:25) proporcionan que:

The linguistic landscape can also provide information about the sociolinguistic composition of the language groups inhabiting the territory. The predominance of one language on public signs relative to other languages can reflect the relative power and status of competing language groups⁴.

Los autores mencionados hablan de grupos que hablan lenguas diferentes, pero su teoría es aplicable a estudios de diferentes formas de una lengua. Si la visibilidad de lenguas diferentes en el PL refleja el uso de la lengua de los habitantes de la zona, las variedades de una lengua tienen que cumplir la misma función. En el caso de este trabajo, las formas estudiadas (las letras *o*, *a*, *e* y *x*, y *la @*) son ejemplos de la misma lengua, el español, pero muestran diferencias en el repertorio lingüístico de los habitantes. Si la lengua es una representación de las actitudes e ideologías socio-político-culturales de los hablantes, se puede asumir que los textos introducidos por los mismos reflejan esta representación. Por ejemplo, para introducir un acto lingüístico como el uso del LIG, que hoy en día no está tan normalizado en el repertorio lingüístico de toda la población, el LIG tiene

³ Hace referencia a los y las jóvenes hispanohablantes.

⁴ Traducción al español: "El paisaje lingüístico también puede proveer información sobre la composición sociolingüística de los grupos lingüísticos inhabitados en el territorio. La predominancia de un idioma en los carteles públicos relacionado a otros puede reflejar el poder y el estatus de los grupos competitivos (la traducción es mía)".

que ser parte del repertorio lingüístico del comunicador y en los casos en que lo es, es probable que el hablante apoye ciertas ideologías detrás del LIG.

Moustaoui (2019: 10) apoya el argumento de Laundry y Bourhis sobre cómo el PL refleja las ideologías lingüísticas de los habitantes. De hecho, él no habla solamente de la relación del PL con las ideologías lingüísticas, sino también de la bidireccionalidad de la relación entre las características lingüísticas encontradas en el PL y el contexto social, político y económico (Moustaoui 2019: 13). El autor destaca claramente que “las relaciones de poder y las desigualdades políticas, sociales y económicas ejercían una influencia directa sobre la construcción y la configuración del PL” (Moustaoui 2019: 12). Tomando esas nociones en cuenta, Moustaoui muestra la interdisciplinariedad del estudio del PL. Moustaoui basa su teoría en el estudio de las autoras Cenoz y Gorter (2006) sobre las estructuras de poder entre varias lenguas en los PL de País Vasco y los Países Bajos. Aunque los estudios del PL caben bajo la sociolingüística, se puedan ampliar hasta que toquen terrenos de otras ciencias, como la sociología, la psicología o la geografía urbana.

Tomando en cuenta el tema de este trabajo, cabe mencionar lo que Moustaoui destaca sobre el activismo y el estudio del PL. Hoy en día existe una línea de investigación que se especializa en

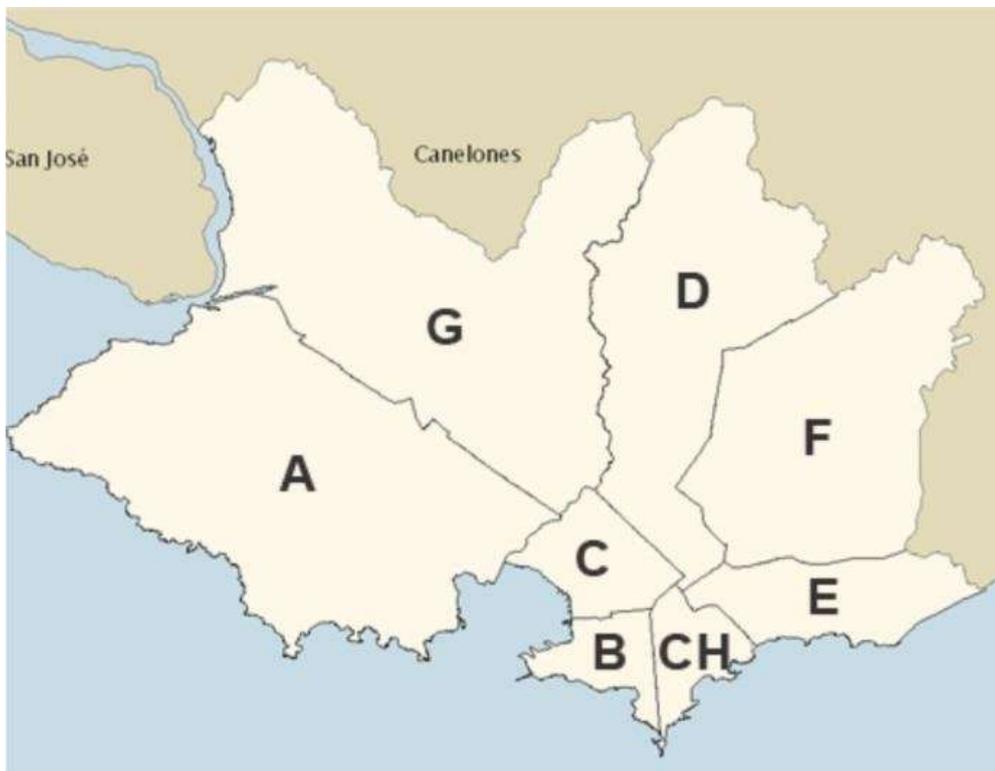
nuevas estrategias y prácticas lingüísticas que forman parte de un nuevo modelo de comunicación social y nuevo régimen de uso de la lengua y su política, que resiste al poder y al orden institucional con el fin de deslegitimarlo, planteando transformaciones y cambios en los ámbitos (Moustaoui 2019: 17).

El lenguaje inclusivo de género, siendo un concepto lingüístico y socialmente moderno, es un asunto muy parecido a lo que describe Moustaoui. Es una nueva estrategia para aumentar la inclusividad en la sociedad, que, tocando temas de diversidad y derechos humanos, es un asunto político. Además, las formas neutras para hacer referencia al género son nuevos modelos de comunicación y quieren cambiar, o al menos ampliar, el régimen del uso de la lengua.

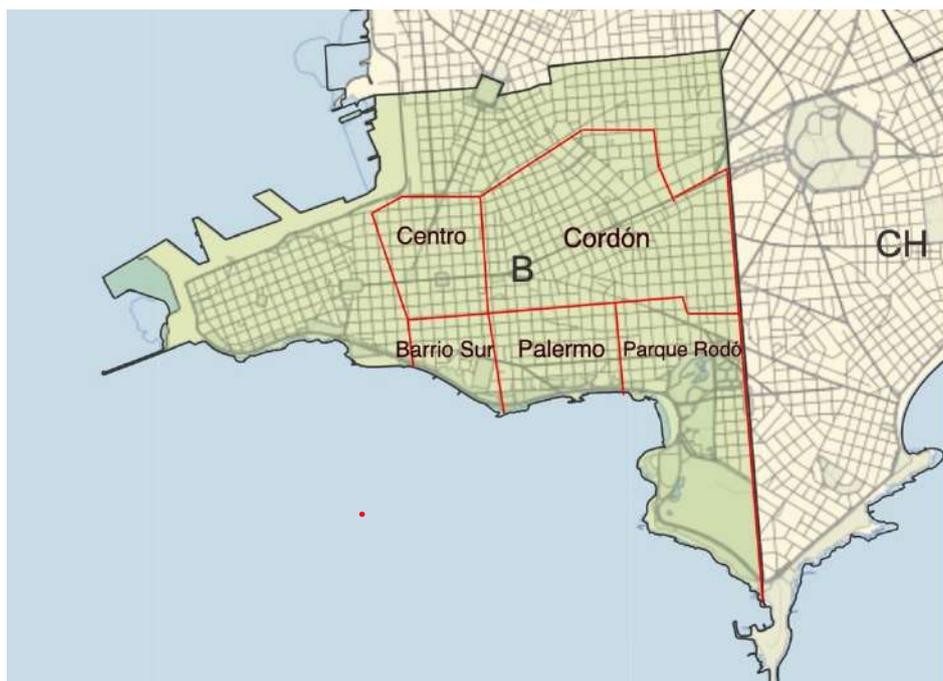
3. MÉTODO Y MATERIAL

3.1 El área de estudio: el Municipio B de Montevideo

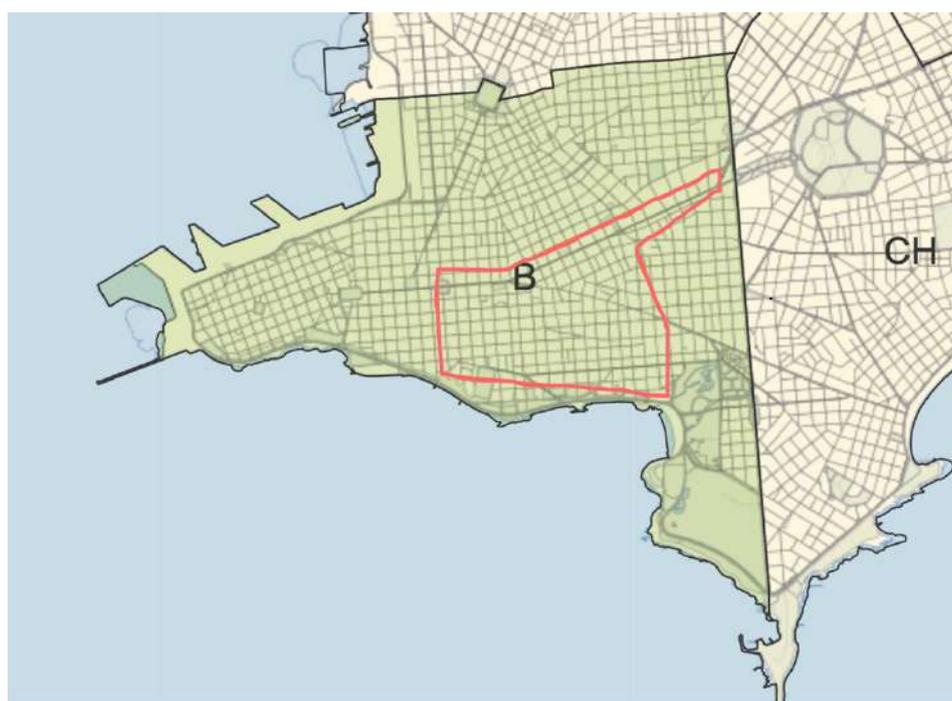
Montevideo se divide en 8 municipios. Este trabajo se ha realizado en el Municipio B, que está situado en la zona sur de la capital y cuenta con 9 barrios. Por ser un trabajo fin de grado, se ha limitado la zona de estudio aún más y por eso la recogida de material para este fue realizada en los barrios de Palermo, Centro, Cordón, Barrio Sur y Parque Rodó. En la gráfica 1 se ve el Municipio B en el mapa y en la gráfica 2 los barrios en los cuales el material de este estudio fue recolectado. La gráfica 3 presenta el área de estudio limitado entre los barrios de la gráfica 2.



GRÁFICA 1. Los 8 municipios de Montevideo (fuente: ANDRADE, 2017).



GRÁFICA 2. Los barrios de la zona del estudio (fuente: Municipios de Montevideo).



GRÁFICA 3. La zona estudiada dentro del municipio B (fuente: Municipios de Montevideo).

El Municipio B cuenta con una población de 147.577 habitantes, de los cuales un 52 por ciento son mujeres y un 44 por ciento hombres. La mayoría de la población, el 93 por ciento, es de etnia blanca. El Municipio B es una zona comercial y densamente poblada. Los barrios del municipio se caracterizan por un alto nivel educativo y una rica historia cultural. La mayoría de los habitantes del

municipio pertenece a la clase media y suele apoyar ideologías políticas de centroizquierda (OTU 2010). Varias facultades pertenecientes a diferentes universidades están situadas en el Municipio B.

3.2 Corpus y método

Este trabajo es un estudio tanto cuantitativo como cualitativo. El corpus contiene 90 fotografías que presentan textos que incluyen varias formas de referencias al género. Todas las fotografías fueron sacadas en la zona descrita en el capítulo anterior. La búsqueda del material se realizó como trabajo de campo, caminando por la zona de estudio, entre el 15 de enero y el 16 de febrero de 2024. Se sacaron todas las fotografías con un Apple iPhone X y se marcaron las ubicaciones de cada fotografía en Google Maps (gráfica 4).

En las fotografías aparecen textos comerciales, textos informativos, textos políticos o activistas y textos artísticos. En conjunto, en los textos se encuentran 122 referencias al género. La distribución de las referencias por la cantidad por cartel se presenta en el Cuadro 1, y por el barrio en el Cuadro 2. No se sacaron fotografías de textos idénticos que aparecen repetidos, pero se puede encontrar el mismo texto en carteles y contextos diferentes. Esta decisión se tomó para evitar una falsa impresión del número de veces que aparece cada forma de referencia al género. Como en el análisis de este estudio se contó el número de comunicadores de cada forma de referencia, resulta mejor no tomar en cuenta los textos repetidos.

Las referencias al género que se encuentran en los textos pueden consistir en una sola palabra (por ejemplo, *niños, bellísima, funcionaries*) o en unidades que incluyen varias palabras y determinantes, pero que se refieren a una sola entidad (por ejemplo, *el dueño, los jóvenes, lxs compañerxs revolucionarixs*). 74 fotografías contienen una sola referencia al género y el resto, 16 fotografías, contiene más que una referencia o unidad de palabras que hace referencia al género. Se tomaron en cuenta solo textos que aparecen en un contexto que claramente hace referencia a personas. En el PL de la zona de estudio aparecían palabras en forma masculina o femenina, pero que hacían referencia por ejemplo a animales u objetos. Aquellos textos no formaron parte del corpus de este estudio. Se han incluido los textos que llevaban faltas de ortografía, si las faltas no afectaron la referencia al género. Especialmente comunes eran errores con las tildes, varias veces aparecían palabras como *peatón* en la forma *peaton* o *educación* en la forma de *educacion*.

CUADRO 1. Cantidad de referencias por cartel

CANTIDAD DE REFERENCIAS POR CARTEL	1	2	3	7	10	EN TOTAL
N / proporción	105 (86,1%)	9 (7,4%)	4 (3,3%)	1 (0,8%)	1 (0,8%)	122

Una vez recogido y documentado el corpus, se numeró cada foto y se registró la información siguiente:

1. ¿Cuál es la forma que hace referencia a personas?
 - Formas *masculinas, femeninas o neutras*

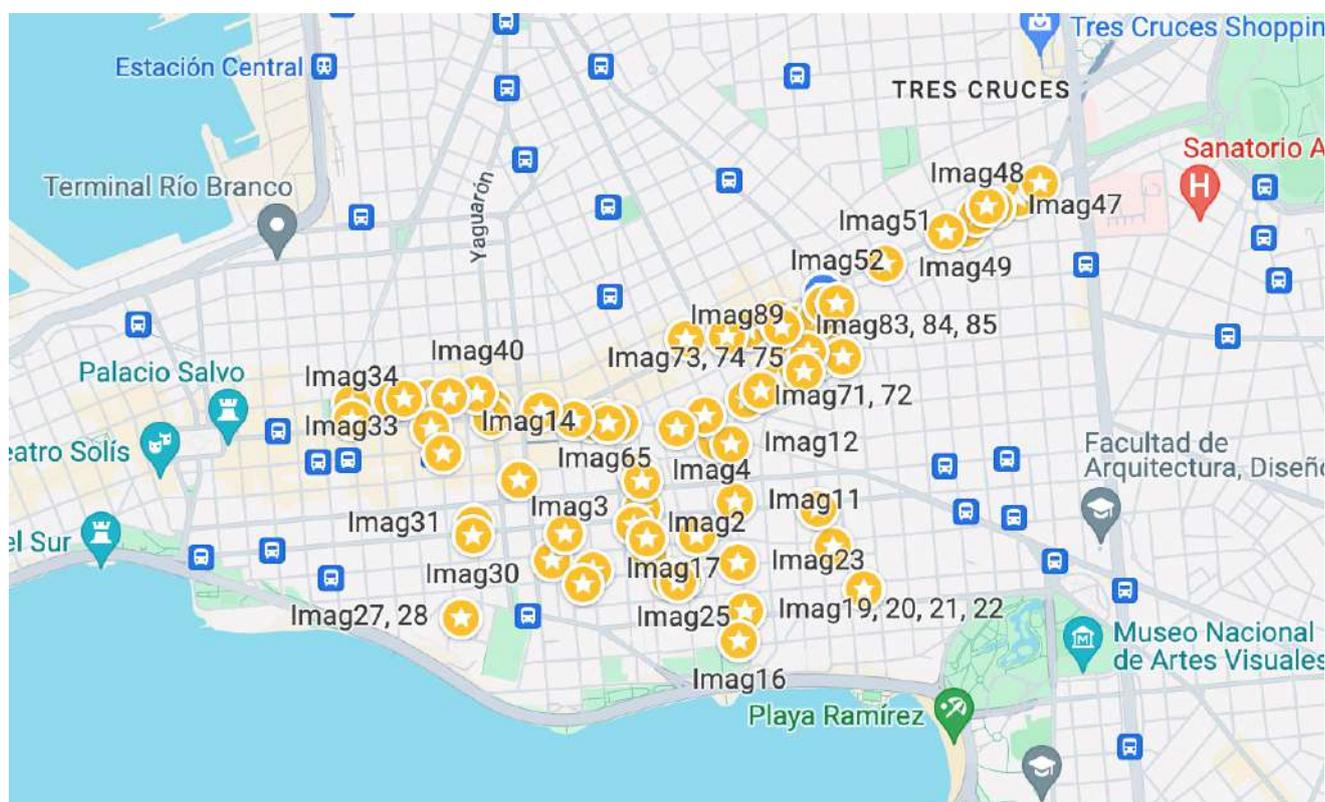
2. ¿Cuál es la marca de género en la referencia?
 - La vocal *o* para el masculino
 - La vocal *a* para el femenino
 - Las diferentes formas de hacer referencia neutra; la letra *e*, la letra *x*, la seña @ o la *inclusión de tanto la forma masculina (o) como la forma femenina (a)*
 - Excepciones y otras formas que expresan forma de referencia *neutra*

3. ¿Quién ha puesto el texto en el PL?
 - Un persona independiente o grupo privado
 - Un comercio
 - Las autoridades
 - Instituciones educativas
 - Una asociación

4. ¿Qué tipo de comunicación presenta el cartel?
 - Información (aviso)
 - Publicidad
 - Reivindicación política o activista
 - Fines artísticos (arte callejero)

CUADRO 2. Número y proporción de textos y referencias por barrio

BARRIO	CORDÓN	PALERMO	CENTRO	BARRIO SUR	PARQUE RODÓ	TOTAL
Nro de TEXTOS	51 (56,7%)	20 (22,2%)	11 (12,2%)	5 (5,6%)	3 (3,3%)	90
Nro de REFERENCIAS	73 (59,8%)	25 (20,5%)	13 (10,7%)	7 (5,7%)	4 (3,3%)	122



GRÁFICA 4. Fotos del corpus marcadas en el mapa (fuente: Google).

Varias referencias son conjuntos de palabras y determinantes, como “*lxs compañerxs revolucionarxs*”. Este tipo de conjuntos se han clasificado como una sola referencia. Varias referencias son palabras individuales como “*niños*”, “*discapacitado*” o “*vecines*”.

Las imágenes que presentan textos con referencias al género presentan 7 maneras diferentes de hacer referencia al género que son:

- 1) uso de la forma masculina (-o)
- 2) uso de la forma femenina (-a)

- 3) mención de ambos (*los y las*)
- 4) uso de la letra *x*
- 5) uso de la letra *e*
- 6) uso de la seña @
- 7) otros tipos de referencia que no cabe en ninguna de las categorías ya mencionadas.

4. ANÁLISIS

En esta parte se clasifica los resultados del estudio por el comunicador del texto y por el tipo de comunicación. Al fin se da un resumen sobre las funciones gramaticales de las referencias al género encontradas y se hace un resumen de los resultados del estudio.

4.1 La visibilidad de las formas masculinas, femeninas y neutras

En el corpus del estudio se encuentran formas de referencia al género masculinas, femeninas y neutras. La única marca de referencia masculina que se encuentra es la letra *o*, y la única marca de referencia femenina es la letra *a*. De las referencias neutras se encuentran 5 formas diferentes. Este análisis se concentra en la letra *e*, la letra *x*, la seña *@* y la inclusión de las formas masculina y femenina (las letras *o* y *a*). Para las referencias neutras se creó una categoría adicional porque se identificó otro modo de hacer una referencia neutra, que en este caso fue marcada con la seña * (observación 9).

CUADRO 3. Número y proporción de cada forma de referencia estudiada

FORMA DE REFERENCIA	MASCULINA	FEMENINA	NEUTRA	TOTAL
N / Proporción	74 (60,7%)	26 (21,3%)	22 (18%)	122

La forma que domina en el PL es el masculino, con un 60,7 por ciento de todas las referencias. El 21,3 por ciento de las referencias son femeninas y el 18 por ciento son neutras, como revelan las cifras del Cuadro 3. El Cuadro 4 presenta específicamente la cantidad y la proporción de cada marca de género encontrada en el PL.

CUADRO 4. Cantidad de las marcas de género

MARCA DE GÉNERO	O	A	E	O y A	X	@	OTRA	TOTAL
N / Proporción	74 (60,7%)	26 (21,3%)	8 (6,6%)	7 (5,7%)	5 (4,1%)	1 (0,8%)	1 (0,8%)	122

4.2 El comunicador del texto

Se analizó el material encontrado en el PL por el comunicador del texto. Se crearon cinco categorías de comunicadores que son: persona o grupo privado, autoridad, comercio, institución educativa y asociación, según se ve en el Cuadro 5. La categoría del comunicador privado incluye a personas individuales y grupos no registrados. Como autoridad se clasificaron, por ejemplo, la IM o comunicadores de las instrucciones del tráfico. Los Comercios son tiendas o servicios privados y en la categoría de las Instituciones educativas entran textos producidos por la Universidad de la República. Como Asociaciones se clasificaron grupos registrados u oficiales e iglesias.

CUADRO 5. Cantidad de textos por cada comunicador

HECHO POR	CANTIDAD DE TEXTOS
PERSONA O GRUPO PRIVADO	41
AUTORIDADES	5
COMERCIO	31
INSTITUCIÓN EDUCATIVA	4
ASOCIACIÓN	9
EN TOTAL	90

4.2.1 Persona independiente o grupo privado

En esta categoría todos los textos fueron introducidos en el PL por personas independientes o grupos privados. En el material se encuentran varios textos introducidos en el PL tanto por personas privadas como por grupos colectivos. Los grupos colectivos se cuentan como privados porque no están registrados como asociaciones públicas.

En esta categoría se encuentran 41 fotos que incluyen 54 referencias al género. Se encuentran todas las formas de referencias estudiadas. Se encontraron 34 referencias en Cordón, 12 en Palermo, cinco en Barrio Sur, tres en el Centro y una en Parque Rodó.

CUADRO 6. Referencias privadas. Número y proporción de cada forma de referencia

FORMA DE REFERENCIA	MASCULINA	FEMENINA	NEUTRA	EN TOTAL
N / Proporción	23 (41,8%)	18 (32,7%)	14 (25,5%)	55

CUADRO 7. Referencias privadas. Cantidad de cada marca de género

MARCA DE GÉNERO	O	A	E	X	@	O y A	OTRA	EN TOTAL
N	23	18	3	5	-	5	1	55

Entre las categorías de diferentes comunicadores, esta categoría contenía la mayor cantidad (25,5 por ciento) de referencias neutras. Se puede notar que las formas neutras *x* y *la mención de masculino y femenino* están visiblemente presentes en los mensajes de las personas independientes o de grupos privados. Se encontró una referencia neutra formada por la seña *. Es la única referencia que no está en ninguna de las formas estudiadas e identificadas por lingüistas o por la RAE. Se puede concluir que es una anomalía totalmente independiente entre las formas de referencia al género, probablemente inventado por el creador del texto. Todas las referencias neutras de esta categoría eran *lxs pibxs* (imagen y observación 2), *vecinas y vecinos*, *vecines*, *presxs políticxs*, *lxs compañerxs revolucionarixs*, *las y los mártires*, *las y los estudiantes*, *todes*, *guris*s*, *lxs presxs* y *putx*. Varias veces se encontraban palabras de la jerga rioplatentense como *pibxs* (*pibas* o *pibes*) en la imagen 2 o *guris*s* (*gurisas* o *gurises*) que significan chicas o chicos.

En esta categoría, se encuentran varios grupos privados y colectivos del ambiente activista. Entre ellos, los más visibles eran un grupo colectivo autónomo e independiente que toma acción en asuntos feministas y políticos por la paz y la equidad, otro que lucha por la naturaleza y los derechos de los animales y uno que es un colectivo de uruguayos a favor de la eutanasia. Además de grupos colectivos, se encontraron varios carteles hechos por artistas callejeros; además, se clasificó como comunicador privado un cartel que dice *vecina feminista* (observación 11) que forma parte de la campaña *#MiBalcónFeminista* organizada por el Municipio B, pero que está introducido en el PL por una persona privada.

Esta categoría tiene la cantidad más grande de referencias neutras y eso puede ser porque los textos de esta categoría poseen más libertad independiente que las otras categorías. Ni la RAE ni ninguna otra institución ha desarrollado reglas que regulen el habla cotidiana y privada, y por eso es natural que esta categoría muestre más variación en las referencias al género. También se puede notar que

la categoría que tiene más textos de carácter activista contiene la mayor cantidad de referencias neutras.

IMAGEN 2. observación (2) *lxs pibxs*



4.2.2 Comunicador comercial

CUADRO 8. Referencias hechas por un comercio. Número y proporción de cada forma de referencia

FORMA DE REFERENCIA	MASCULINA	FEMENINA	NEUTRA	EN TOTAL
N / proporción	27 (77,2%)	4 (11,4%)	4 (11,4%)	35

CUADRO 9. Referencias hechas por comercio. Cantidad de cada marca de género

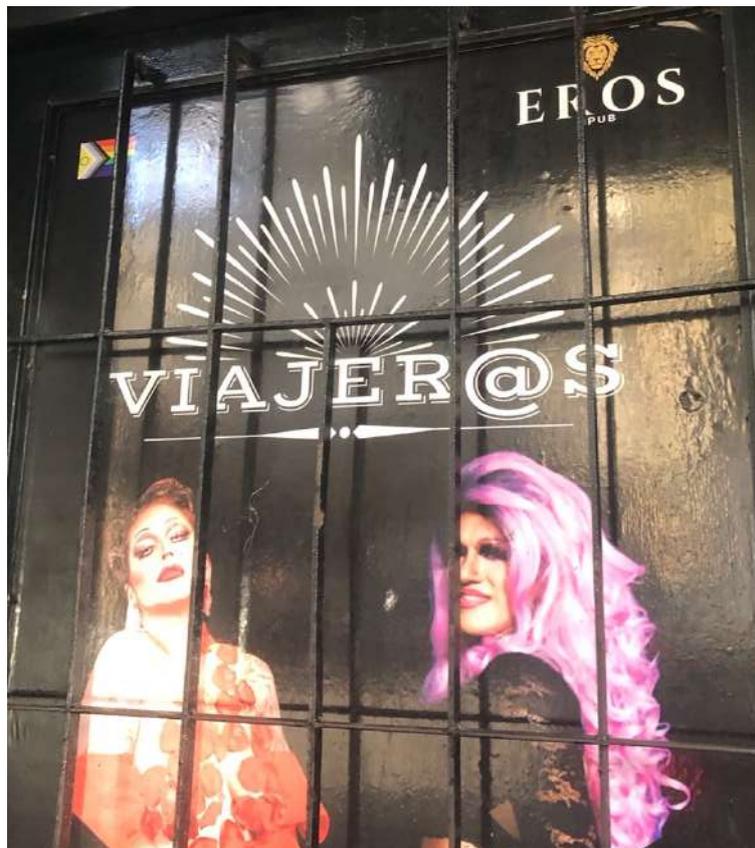
MARCA DE GÉNERO	O	A	E	X	@	O y A	OTRA	EN TOTAL
N	27	4	1	-	1	2	-	35

En la categoría de comunicador comercial se encontraron 31 carteles con 35 referencias al género. Se encontraron 18 referencias en Cordón, nueve en el Centro, siete en Palermo y una en Barrio Sur.

La mayor parte de esas referencias eran masculinas (77,2 por ciento), mientras que tanto las referencias femeninas como las neutras formaron un 11,4 por ciento. Las referencias neutras que se encontraban en esta categoría eran *niñas y niños, los y las niñas, viajero@s y ciudades*.

Esta categoría contiene una gran proporción de referencias masculinas, e incluye textos relacionados con una amplia variedad de cosas y carreras (por ejemplo, *peluquería, albañiles, supermercados y et cetera*). Se nota que el uso del LIG no es común entre los comunicadores comerciales. Se encontraba un texto, *viajero@s* (observación 3; véase la imagen 3), hecho por un comunicador de una ideología que toma fuertemente en cuenta el lenguaje inclusivo. Este es el único texto en el corpus de este estudio en que se encuentra *la seña @*. Estudiando el material presentado en el apartado 2 resulta claro que la seña @ como una marca de referencia neutra es más común en textos publicados en internet y en las redes sociales que en textos que están hechos para ser leídos.

IMAGEN 3. observación (3) *viajero@s*



4.2.3 Autoridades

En la zona del estudio se encontraron cinco carteles puestos por autoridades. Los cinco carteles incluyen seis referencias al género que todos son masculinos marcados con la letra *o*. Tres referencias fueron encontradas en Palermo, dos en Parque Rodó y una en Cordón. Como carteles de autoridad se clasificaron cuatro avisos e instrucciones de tráfico y uno que es un aviso de La Fiscalía General de la Nación de Uruguay.

Esta es la única categoría en que no se encuentra variación en las formas de referencia al género. Esta categoría contiene muy poco material de estudio y por eso no se pueden sacar conclusiones muy seguras. Se podría plantear la hipótesis de que no se ha tomado en cuenta el lenguaje inclusivo de género en los avisos e instrucciones de tráfico en Montevideo, pero para probarlo se necesitaría ampliar la zona de estudio y encontrar más material. Hay que tomar en cuenta que las instrucciones de tráfico no están hechas por la IM, sino que por otras instituciones y empresas que tienen la responsabilidad de ellas.

Cabe mencionar lo ya mencionado en el apartado 2.3.1 de que en el corpus del estudio de no hay carteles puestos por la IM, que se caracterizaría como un comunicador de autoridad. Todos los carteles puestos por la IM que se encontraban en la zona de estudio estaban formados sin hacer referencias al género.

4.2.4 Institución educativa

En la zona del estudio se encontraron cuatro carteles puestos por La Universidad de la República del Uruguay. Los cuatro carteles incluyen 12 referencias al género de los cuales seis son masculinas, tres son femeninas y tres son neutras. Se encontraron referencias masculinas marcadas con la letra *o*, femeninas marcadas con la letra *a* y neutras marcadas con la *e*. Las referencias neutras que se encontraron en esta categoría son *funcionaries* y *todes*. En Cordón se encontraron cuatro referencias y en Parque Rodó una.

La Universidad de la República es un ambiente liberal y ya se sabía anteriormente que en la Udelar el uso del lenguaje inclusivo es un asunto al que se presta atención. El material que se ha marcado como encontrado en las Facultades de la Udelar se encontró al aire libre formando parte del PL. No se buscó material dentro de las facultades porque el interior de las instituciones educacionales ya sería otro PL que no se puede comparar con el PL de las calles.

4.2.5 Asociación

En la zona del estudio se encontraron nueve carteles puestos por asociaciones. Los nueve carteles incluyeron 14 referencias al género. En Cordón se encontraban nueve referencias, en Palermo tres y en Barrio Sur y en el Centro una. En contraste con los grupos colectivos de la categoría “privado”, como asociaciones se categorizan como agrupaciones registradas sin fines de lucro. Pueden funcionar, por ejemplo, bajo las instituciones educativas, el gobierno o las empresas. Se encontró un cartel puesto por asociación religiosa que en este caso era la iglesia católica.

Se encontraron 13 referencias masculinas marcadas con la letra *o* y una referencia femenina marcada con la letra *a*. Cuatro referencias formaron parte los nombres de las asociaciones (*Asociación de funcionarios de la Universidad del Trabajo del Uruguay, Asociación de Sordociegos del Uruguay*). El cartel de la iglesia contenía el texto *bienvenidos*, que aparecía dos veces en el material de estudio (la otra referencia se encuentra en un texto comercial).

4.3 El tipo de comunicación

Los diferentes tipos de comunicación se dividieron en cuatro categorías diferentes: información, publicidad, reivindicación y arte callejero. Se dividieron los diferentes tipos de comunicación por el objetivo de la comunicación. En los carteles clasificados como información, el objetivo era transmitir datos y en publicidad, el objetivo era crear comercio. Las reivindicaciones querían transmitir información u opiniones de carácter activista o político y el arte callejero contenía obras de arte en forma de pinturas, dibujos o arte literario.

CUADRO 10. Cantidad de textos por tipos de comunicación

TIPO DE COMUNICACIÓN	CANTIDAD DE TEXTOS
INFORMACIÓN	16
PUBLICIDAD	33
REINVINDICACIÓN	17
ARTE CALLEJERO	24
EN TOTAL	90

4.3.1 Información

16 carteles fueron clasificados como avisos, con 25 referencias al género. Como avisos se clasificaron los textos que querían informar al lector sin un propósito comercial o político de las reivindicaciones y que no están hechos en ninguna forma de arte callejero o grafiti. Estos textos incluyeron, por ejemplo, *el baño es de uso exclusivo para los clientes* (observación 4, véase la imagen 4) que está hecho por un comercio, pero cuyo único propósito es informar. Otro ejemplo es *para utilizarla debes estar registrado en Wifest* que solamente transmite información a las personas que quieren usar internet.

CUADRO 11. Referencias en informaciones. Número y proporción de cada forma referencia

FORMA DE REFERENCIA	MASCULINA	FEMENINA	NEUTRA	EN TOTAL
N / Proporción	19 (76%)	3 (12%)	3 (12%)	25

CUADRO 12. Referencias en informaciones. Cantidad de cada marca de género

MARCA DE GÉNERO	O	A	E	X	@	O y A	OTRA	EN TOTAL
N	19	3	2	-	-	1	-	25

Las referencias neutras de esta categoría eran *todes y las y los mártires*. Está categoría contenía la mayor cantidad de referencias masculinas con un 76 por ciento, presentado por la cantidad y proporción en los Cuadros 11 y 12. Solamente 2 avisos fueron hechos por personas privadas y de ellos una referencia era masculina y la otra neutra.

Se encontraron 14 referencias en Cordón, cinco en Palermo, tres en el Centro y tres en Parque Rodó.

IMAGEN 4. observación (4) *los clientes*



4.3.2 Publicidad

En esta categoría se encontraban 33 carteles con 44 referencias. Ya se sabía esperar que la distribución de las referencias sería parecida a la categoría de comunicador comercial, que significaría una gran parte de las referencias siendo masculinas (63,7 por ciento, véase los Cuadros 13 y 14).

CUADRO 13. Referencias en contexto comercial. Número y proporción de cada forma de referencia

FORMA DE REFERENCIA	MASCULINA	FEMENINA	NEUTRA	EN TOTAL
N / Proporción	28 (63,7%)	12 (27,3%)	4 (9%)	44

CUADRO 14. Referencias en contexto comercial. Cantidad de cada marca de género.

MARCA DE GÉNERO	O	A	E	X	@	O y A	OTRA	EN TOTAL
N	28	12	1	-	1	2	-	44

Las referencias neutras que se encontraban en esta categoría eran *niñas y niños* (observación 10), *los y las niñas*, *viajer@s* y *cuidades* que eran exactamente los mismos que se encuentran en la categoría del comunicador comercial. La mayoría de los comunicadores de los textos que aparecen en esta categoría eran comercios, pero también aparecían dos textos introducidos en el PL por una persona privada y cuatro textos introducidos por asociaciones. Como ejemplo de texto comercial introducido por una persona privada se encuentra un anuncio de una persona privada que busca trabajo de niñera y en un texto introducido por una asociación se encuentra una publicidad que dice *justicia para todos* que está introducido por una asociación de estudiantes con el propósito comercial de ganar más visibilidad y atención.

Como textos comerciales aparecen textos que en su mayoría quieren comunicar nombres de comercios (*El Cubanito*, *Yo Divina*), describir la acción de los comercios (*docentes especializados*, *somos expertos en subida y bajada*) y que contienen publicidad puesta por comercios (*cada uno con su helado*, ver la imagen 5, *precios de locos* (observación 5).

Se encontraron 25 referencias en Cordón, 10 en Palermo, siete en el Centro y dos en Barrio Sur. Es natural que Cordón, siendo el barrio más comercial y grande de los barrios estudiados demuestre la mayor cantidad de referencias. Además del Cordón, el Centro es una zona muy comercial y por eso se esperaba encontrar referencias en publicidades allá.

IMAGEN 5. observación (5) *cada uno*



4.3.3 Reivindicación

Esta categoría contiene 18 carteles con 24 referencias al género. Esta categoría fue la más igual en las cantidades de cada forma de referencia con un 37,5 por ciento de referencias masculinas y neutras, y un 25 por ciento de referencias femeninas. 15 referencias se encontraron en Cordón, seis en Palermo, dos en el Centro y una en Parque Rodó.

CUADRO 15. Referencias en reivindicaciones. Número y proporción de cada forma de referencia

FORMA DE REFERENCIA	MASCULINA	FEMENINA	NEUTRA	EN TOTAL
N / Proporción	9 (37,5%)	6 (25%)	9 (37,5%)	24

CUADRO 16. Referencias en reivindicaciones. Cantidad de cada marca de género

MARCA DE GÉNERO	O	A	E	X	@	O y A	OTRA	EN TOTAL
N	9	6	2	3	-	4	-	24

Las formas neutras que se encuentran en esta categoría son *funcionaries, vecinas y vecinos, vecines, presxs políticxs, lxs compañerxs revolucionarixs, las y los estudiantes y lxs presxs*. Se encontraban 3 textos puesto por asociaciones, 1 por la universidad y el resto por personas o grupos privados. El texto puesto por la universidad decía *En FIC hay 6752 estudiantes, 80 funcionaries tas 211 docentes. #NoNosDaLoMismo* (observación 6, véase la imagen 6). Sin la etiqueta *#NoNosDaLoMismo* el texto estaría presentada en forma informativa que se podría clasificar como información, pero tomando en cuenta la etiqueta se ve claramente que el texto quiere transmitir información política y por eso se ha clasificado como una reivindicación.

Como reivindicaciones aparecen textos que intentan transmitir reclamaciones o demandas, o que piden, exigen, requieren o protestan por algo (DRAE). Todas las reivindicaciones son de carácter político o activista. Las Asociaciones no publican reivindicaciones con referencias neutras, sino que todas estas fueron publicadas por personas o grupos privados y una por la universidad. Se esperaba que entre las reivindicaciones se pudieran encontrar referencias neutras porque el lenguaje inclusivo es un asunto político y forma parte de algunas ideologías que están visibles en el PL del centro de Montevideo. Hablando de las ideologías, se encontraban reivindicaciones por el feminismo y por la equidad de géneros (*vecina feminista*), por situaciones y fenómenos políticas como la pobreza y la corrupción (*No tengo casa, aun así, vecines somos* (observación 8) / *el peor enemigo de un gobierno corrupto es un pueblo culto*), por el cambio climático (*Dejá a los animales en paz, hacete vegano*) y por la educación (*Los jóvenes somos el futuro, cuídenos*).

IMAGEN 6. observación (6) *funcionaries*



4.3.4 Arte callejero

Se encontraron 24 carteles con 29 referencias caracterizadas como arte callejero. Un 65,5 por ciento de las referencias eran masculinas y un 17,2 por ciento femeninas y neutras. La mayoría, 19 referencias, se encontraron en Cordón, cuatro en Palermo, cuatro en Barrio Sur y una en el Centro.

CUADRO 17. Referencias en arte callejero. Número y proporción de cada forma de referencia

FORMA DE REFERENCIA	MASCULINA	FEMENINA	NEUTRA	EN TOTAL
N / Proporción	19 (65,6%)	5 (17,2%)	5 (17,2%)	29

CUADRO 18. Referencias en arte callejero. Cantidad de cada marca de género

MARCA DE GÉNERO	O	A	E	X	@	O y A	OTRA	EN TOTAL
N	19	5	2	2	-	-	1	29

Las referencias neutras que se encontraron en arte callejero eran *lxs pibxs*, *todes*, *guris*s* y *putx*.

Como arte callejero se clasificó arte urbano que se encontraba en la zona del estudio en la mayoría de los casos en la forma de posters y pegatinas. Los grafitis, siendo artísticos o etiquetas, también fueron clasificados como arte callejero, al igual que dos poemas que se podían encontrar en el PL. El arte callejero puede mostrar un carácter político, pero la diferencia entre el arte callejero y las reivindicaciones era que arte callejero contenía imágenes, pinturas u otro tipo de arte visual. La zona de estudio contiene muchos ejemplos de arte callejero, pero la mayoría son pinturas que no contienen texto y por eso no forman parte del corpus de este estudio.

4.4 Función gramatical en la oración

Dado que este trabajo es un análisis lingüístico, se ve importante introducir un apartado para analizar la función gramatical de las referencias al género. Se ha distribuido el material en cuatro categorías: atributos, complementos, sujetos y palabras que aparecen solas, sin oración. De las 122 referencias 41 aparecieron solas, sin otras constituyentes sintácticas. No se ha podido analizar la función sintáctica de aquellas palabras porque para ser una unidad sintáctica se necesita al menos un sujeto y un predicado. De las 41 referencias que aparecieron sin contexto sintáctico, 14 son adjetivos y 25 son sustantivos. Además, de aquellos 41, aparecieron dos unidades de dos palabras, ambas formadas por un sustantivo y un adjetivo, que eran *mal ciudadano* y *vecina feminista*. Varios sustantivos y adjetivos aparecieron como complementos de nombre.

CUADRO 19. Número y proporción de la función gramatical en la oración

FUNCIÓN GRAMATICAL	ATRIBUTO	COMPLEMENTO	SUJETO	APARECE SOLA	EN TOTAL
N / Proporción	19 (15,6%)	34 (27,9%)	28 (22,9%)	41 (33,6%)	122

19 palabras aparecieron como atributo. La mayoría de los atributos eran adjetivos, pero se encontró un par de palabras de otras categorías gramaticales. Se encontró por ejemplo un pronombre posesivo *tuya* y algunos sustantivos como ... [*aun así somos*] *vecines* y pronombres personales como ... [*no para*] *nosotros*.

En la categoría de complementos aparecieron en conjunto 34 complementos directos e indirectos, de régimen, de nombre y circunstanciales de lugar, finalidad, modo y compañía. Varios complementos eran unidades de varias palabras como el complemento circunstancial de finalidad *para los clientes* en la oración *el baño es de uso exclusivo para los clientes* (observación 4). Especialmente en la categoría del arte callejero, a veces había que añadir un verbo para solventar las funciones gramaticales de las constituyentes sintácticas. Por ejemplo, se solventó la función gramatical del complemento circunstancial del lugar de *Normi siempre presente en el corazón de las pibas añadiendo* (imagen y observación 7) el verbo *estar*. Transformando la oración a la forma *Normi está siempre presente en el corazón de las pibas* se encontró en complemento circunstancial del lugar *en el corazón de las pibas* que hace referencia al género femenino.

IMAGEN 7. observación (7)



En el corpus se encontraron 28 referencias que aparecieron como sujeto. Algunos sujetos mostraron marcas de cortesía como *Señor peatón* o *Sr. Vecino*. La mayoría de los sujetos eran sustantivos que hacen clara referencia a las personas y en general a un género, como los *trabajadores uruguayos*, *marido*, *lxs pibxs* o *las y los estudiantes*. Otra categoría gramatical que era considerablemente presente entre los sujetos eran los pronombres como *cada uno*, *ellos*, *una* o *todas*.

Entre atributos, sujetos, complementos y palabras que aparecían sin contexto sintáctico, la categoría que más contenía referencias neutras era las palabras solas sin contexto sintáctico, con un 24 por ciento de referencias neutras. La porción más grande de referencias femeninas se encontró en la categoría de complementos, siendo femeninas el 44 por ciento de las referencias.

4.5 Discusión de los resultados

Respondiendo a las preguntas de investigación se puede decir que el LIG está presente en el PL del Municipio B de Montevideo. La proporción entre todas las referencias al género era de un 18 por ciento, lo que demuestra que el LIG está visible en la zona. Se pudo identificar cada forma estudiada y entre ellas, la forma más común era *la letra e*. Aunque *la seña @* fue mencionada varias veces en el material de base de este estudio, se nota que *la @* apareció menos que las otras formas inclusivas estudiadas, con un solo caso. Se supone que eso es porque su pronunciación es un asunto complicado y su uso es más común en las plataformas digitales, como las redes sociales. Los materiales de base de este estudio apoyan esa teoría.

De los tipos de comunicación analizados, las reivindicaciones es donde más ejemplos se encontraron del uso del LIG, con un 37,5 por ciento. Se puede decir que el LIG, siendo un asunto político, tenía mayor probabilidad de aparecer en textos de carácter político, como las reivindicaciones. De los diferentes comunicadores, los que más usaron el LIG, eran las personas privadas, con un porcentaje de 25,5 por ciento, y las instituciones educativas, con un 25 por ciento. Acá hay que mencionar que se encontraban muy pocos ejemplos de textos introducidos por instituciones educativas (solamente 12) y por eso se cree que no se puede generalizar sobre la cantidad de ocurrencias del LIG en las instituciones educativas. Este es un tema que debería ser investigado en otro estudio aparte, con otro PL que incluya solamente instituciones educativas. Por su parte, las personas privadas introdujeron 54 referencias al género en el PL, así que en esta categoría se puede confiar mucho más en la veracidad de los resultados. Porque no hay instrucciones o reglas oficiales o autorizados al uso del LIG en la comunicación entre las personas privadas, se podía suponer que esta categoría mostraría más variedad y creatividad en las referencias al género.

Se confirma la hipótesis de que la forma masculina es la forma más común al hacer referencia al género en el PL del Municipio B de Montevideo. Su proporción entre todas las formas de referencias fue de un 60,7 por ciento, lo que es casi tres veces más que la proporción de la siguiente forma más común, la femenina, con un 21,3 por ciento.

5. CONCLUSIONES

El estudio ha sido relevante pensando en el estado de la cuestión del LIG en Uruguay. Hay varias guías, reglas y leyes sobre el uso del LIG en Uruguay, hechos por varios funcionarios oficiales, así que un estudio en un nivel más urbano, o en algunos casos cotidiano, resulta importante para ayudar a tener una idea de cómo esas reglas son implementadas en la vida normal y los usos de la lengua de los habitantes.

Este estudio da una imagen de Uruguay como un país liberal en cuanto a los derechos humanos como la diversidad de género. Se ve que la equidad de géneros ha sido y es un asunto importante en la política y administración de Uruguay desde hace varios años. Se ve también, que, aunque el LIG está considerado gramaticalmente incorrecto, de todos modos, hay personas en Uruguay que le dan importancia y que lo quieren usar.

Sería interesante estudiar el estado del LIG en otros países hispanohablantes para poder comparar el estado del LIG entre varios países hispanohablantes. En este estudio se ha echado un breve vistazo a la situación en Argentina, pero en el futuro se podría, por ejemplo, hacer un estudio comparativo entre los dos países rioplatenses

El problema de este estudio es que algunas de las categorías de comunicadores o tipos de comunicación presentan muy poco material. Para poder sacar conclusiones más detalladas y aplicables a la realidad, habría que ampliar la zona del estudio. Si uno quisiera hacerse una idea más completa de todo el país, habría que estudiar la presencia del LIG en varios barrios, ciudades y pueblos diferentes, porque se supone que ambientes diferentes muestran variación en la presencia del LIG. Este estudio ofrece resultados sobre el Municipio B de Montevideo, pero esta zona probablemente se desvía de barrios de otro nivel socioeconómico o en los que se apoyan partidos políticos de otras ideologías. Sin embargo, este estudio muestra una realidad lingüística, y también ideológica, de Uruguay.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALBERT MUÑOZ, Cristina (2022): *Guía para un uso no sexista de la lengua*. Universidad Autónoma de Madrid. [disponible en línea: <<https://libros.uam.es/uam/catalog/download/1184/2068/2345?inline=1>> [consultado el 27/1/2024].
- ANDRADE, Ernesto Javier (2017). “Evaluación del estado periodontal en una población afro-uruguaya residente en Montevideo. Estudio transversal”. [Fotografía]. pp. 11. Universidad de la República de Uruguay. DOI: 10.22592/o2017n30a8
- CENOZ, Jasone y Durk GORTER (2006). “Linguistic Landscape and Minority Languages”. *International Journal of Multilingualism*. 3:1. pp 67-80. DOI: 10.1080/14790710608668386
- DE POTESTAD MENÉNDEZ, Fabricio (2022): “Sexo y género”. *Norte de Salud Mental*. 18: 68. pp. 81-88. Bilbao.
- DLE = RAE (2014). *Diccionario de la lengua española*. Madrid: Espasa. (DEL) [Versión en línea disponible <<https://dle.rae.es/>>, consultado el 26/3/2024]
- FURTADO, Victoria (2013). “El lenguaje inclusivo como política lingüística de género”. *Revista Digital de Políticas Lingüísticas* 5, pp. 48-70. Universidad Nacional de Córdoba.
- GINGINS, Lyssia (2023). “France’s Sénat proposes law against inclusive writing to ‘protect the French language’”. *Le Monde*, 1 de November. [disponible en línea: <https://www.lemonde.fr/en/politics/article/2023/11/01/france-s-senat-proposes-law-against-inclusive-writing-to-protect-the-french-language_6219088_5.html> [consultado el 8/3/2024].
- GOOGLE. [Mapa de Google Maps del centro de la ciudad de Montevideo.]. URL: <https://www.google.com/maps/@-34.9059104,-56.1787239,14.64z?entry=ttu> [consultado el 5/3/2024].
- JIMÉNEZ-YAÑEZ, César y Zicri COLMENARES DÍAZ (2022): “Lo que se considera lenguaje inclusivo. Revisión de manuales y guías sobre lenguaje inclusivo y lenguaje no sexista”. *El devenir de la lingüística y la cultura: un estudio interdisciplinar sobre lengua, literatura y traducción* 1:38, pp. 806-819, Madrid: Dykinson S.L.
- “La IM recordó que el lenguaje inclusivo es de uso obligatorio en actos administrativos y comunicación institucional” (2020). *La Diaria*, 13 de julio. [disponible en línea: <<https://ladiaria.com.uy/feminismos/articulo/2020/7/la-im-recuerdo-que-el-lenguaje-inclusivo-es-de-uso-obligatorio-en-actos-administrativos-y-comunicacion-institucional/>> [consultado el 8/3/2024].
- LAMBERTUCCI, Constanza (2024). “Milei anuncia la prohibición del lenguaje inclusivo y de ‘todo referente a la perspectiva de género’”. *El País Argentina*, 27 de febrero. [disponible en línea: <<https://elpais.com/argentina/2024-02-27/milei-anuncia-la-prohibicion-del-lenguaje-inclusivo-y-de-todo-lo-referente-a-la-perspectiva-de-genero.html#>> [consultado el 8/3/2024].
- LAUNDRY, Rodrigue y Richard BOURHIS (1997): *Linguistic landscape and ethnolinguistic vitality, an empirical study*. Journal of language and society, 16:1. California: Sage Publications, Inc.
- MOUSTAOU SRHIR, Adil (2019): Dos décadas de estudios del Paisaje Lingüístico: enfoques teórico-metodológicos y nuevos desafíos en la investigación”. *Signo y Seña*, 35, pp.7-26. DOI: 10.34096/sys.n35.6935

Municipio B (2015). “Datos demográficos”. URL: <https://municipiob.montevideo.gub.uy/node/151> [consultado el 23/2/2024].

Municipio B (2023). “#MiBalcónFeminista 2023”. URL: <https://municipiob.montevideo.gub.uy/mibalc%C3%B3nfeminista-2023> [consultado el 26/3/2024].

Municipios de Montevideo. [Fotografía] URL: <https://municipios.montevideo.gub.uy/> . [consultado el 23/2/2024]

NGLE = Real Academia Española (2009). *Nueva gramática de la lengua española*. Madrid: Espasa. Morfología, “2 El género”. [disponible en línea <<https://www.rae.es/>>, consultado el 18/3/2024]

OTU = Observatorio Territorio Uruguay (2011). “Municipio B”. URL: <https://otu.opp.gub.uy/perfiles/montevideo/municipio-b> [consultado el 23/2/2024].

RAE (2020). *Informe de la Real Academia Española sobre el lenguaje inclusivo y cuestiones conexas*. Madrid.

RAE (2024). *Nota de la Real Academia Española sobre las «Recomendaciones para un uso no sexista del lenguaje en la Administración parlamentaria»*. Madrid. URL: <https://www.rae.es/noticia/nota-de-la-real-academia-espanola-sobre-las-recomendaciones-para-un-uso-no-sexista-del> [consultado el 16/3/2024].

ANEXO: LAS IMÁGENES DE TEXTOS CON REFERENCIAS

IMAGEN 1. observación (8)



IMAGEN 2. observación (9)



IMAGEN 3. observación (10)



CAIF MADRE NONCA

INSCRIPCIONES ABIERTAS
TALLERES DE EXPERIENCIAS
OPORTUNAS

DIRIGIDOS A NIÑAS Y NIÑOS DE 0 A 24 MESES
ACOMPÑADOS POR UNA PERSONA ADULTA REFERENTE.

Son encuentros semanales donde proponemos un espacio de:

- juego en el que acompañamos el desarrollo psicomotor de los y las niñas.
- reflexión e intercambio entre las familias sobre prácticas de crianza y desarrollo.
- alimentación saludable.

Isla de Flores 1594
esquina Lorenzo Carnelli.
Cel.092 448 191
Teléf. 24110667

IMAGEN 4. observación (11)



IMAGEN 5. observación (12)

