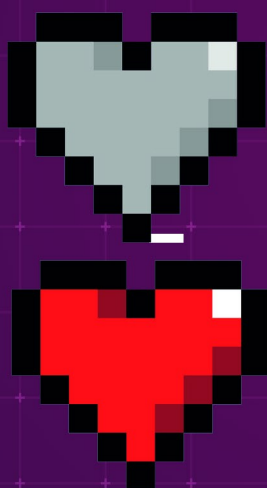


HIGHT SCORE
0000


GUÍA DE COMUNICACIÓN INCLUSIVA DE GÉNERO

U. ESPORTS



PLAYER (1)
0000

POR: ANDREA PÉREZ
@APEREZ_SAN



HIGHT SCORE
0000

ESTA GUÍA NACE A PARTIR DE MI PROYECTO DE FIN DE GRADO.

MI NOMBRE ES ANDREA PÉREZ Y HE HECHO UN ESTUDIO SOBRE LA IMPORTANCIA DE UTILIZAR UN LENGUAJE INCLUSIVO DE GÉNERO EN EL SECTOR DE LOS ESPORTS.

ESPERO QUE ESTA GUÍA AYUDE A ESAS PERSONAS QUE SE EMPIEZAN A PREOCUPAR SOBRE LA IGUALDAD CUANDO HABLAMOS DE FORMAS DE COMUNICAR. EN MI INVESTIGACIÓN EXPONGO LOS RESULTADOS EN BASE A 221 RESPUESTAS, ENTRE ELLAS DE: SPONSORS; ENTIDADES COMO CLUBS Y ORGANIZACIONES; PROFESIONALES DE LA COMUNICACIÓN EN EL SECTOR Y PERSONAS QUE CONSUMEN DEPORTES ELECTRÓNICOS.

PUEDES USAR ESTA GUÍA Y DIFUNDIRLA SIEMPRE QUE ME MENCIONES. SÓLO TE PIDO QUE NUNCA LA USES CON FINES LUCRATIVOS.

MUCHAS GRACIAS POR PRESTARLE ATENCIÓN,
ANDREA.

PLAYER (1)
0000



POR: ANDREA PÉREZ
@APEREZ_SAN

ASPECTOS SIGNIFICATIVOS A DESTACAR

RESULTADO DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS EN DICIEMBRE 2021.
TOTAL PARTICIPANTES: 221.

EL USO DEL TIPO DE LENGUAJE (INCLUSIVO O NO INCLUSIVO DE GÉNERO) INFLUENCIA EL COMPORTAMIENTO DE QUIEN LO LEE

Existe un cambio de comportamiento de la persona que no se siente representada con la forma masculina para referirse a un grupo o colectivo. También cabe mencionar, que hay parte de las personas encuestadas que les molesta y lo aceptan aunque actualmente su comportamiento no cambia, este grupo de personas son las más propensas a cambiar su pensamiento en un futuro, todo relacionado con corrientes sociales que puedan aparecer.

LA IMPORTANCIA QUE LE DA LA PERSONA CONSUMIDORA AL TIPO DE LENGUAJE USADO POR UN CLUB O ENTIDAD DEL SECTOR.

La imagen pública no queda afectada al tipo de comunicación que utiliza una entidad según la mayoría de las respuestas pero, la mayoría también cree que la imagen mejoraría si estas entidades utilizaran siempre un lenguaje inclusivo de género. Esta conclusión va ligada a la anterior, donde se acepta socialmente el uso del masculino para hacer genéricos pero si no fuera así y se utilizara lenguaje inclusivo o neutro, la percepción social mejoraría.

DIFERENCIAS ENTRE EMPRESAS PATROCINADORAS Y CLUBS Y OTRAS ORGANIZACIONES

El 100% de empresas patrocinadoras tienen claro que el uso del lenguaje inclusivo de género es una prioridad y que la falta de éste afectaría negativamente a su negocio. Los clubes y organizaciones del sector aún no priorizan ese lenguaje neutro. Este resultado podría deberse a la falta de profesionalización del sector ya que más de la mitad de las personas que trabajan en relación a la comunicación dentro del sector no tienen estudios ni formación relacionada con la comunicación, periodismo o similar.

GUÍA PRÁCTICA: LENGUAJE INCLUSIVO DE GÉNERO

HIGHT SCORE
0000

U. ESPORTS

1. PRIMERAS IMPRESIONES IMPORTANTES:

- ♥ “Bienvenido”. “Estamos interesados en...”, “Estás invitado a ver mi streaming.”.
- ♥ “Te damos la bienvenida”, “Tenemos interés en...”, “Te invito a ver mi streaming”.

2. EVITA EL MASCULINO PARA HACER GENÉRICOS.

3. EVITA “X” “@” Y DESDOBLAR PALABRAS. NO ES FORMAL NI FLUIDO DE LEER.

4. EVITA PALABRAS QUE PUEDAN TENER GÉNERO, BUSCA NEUTROS.

- ♥ “Jugador/a, aficionado/a, amigo/a”
- ♥ “Equipo, grupo, público, colega”

5. UTILIZA EL IMPERSONAL.

Imperativo: descarga, rellena, juega

Infinitivo: descargar, rellenar, jugar

Reflexivo -se : se descarga, se rellena, se juega

6. EVITA ARTÍCULOS, MUCHAS VECES NO HACEN FALTA Y SON POCO INCLUSIVOS.

- ♥ “Los asistentes se desplazaron desde lugares distintos del país”
- ♥ “Asistentes que llegaron desde lugares distintos”

7. USA PRONOMBRES (QUIÉN, QUIÉNES) Y DETERMINANTES SIN MARCA DE GÉNERO (CADA, CUALQUIER, CUALQUIERA).

- ♥ “El jugador que obtenga mas puntos ganará la partida.”
- ♥ “Quién obtenga más puntos ganará la partida.”
- ♥ “Los que no cumplen los requisitos...”
- ♥ “Quiénes no cumplan los requisitos...”
- ♥ “La final está muy igualada, cualquier jugador podría ser en vencedor.”
- ♥ “La final está muy igualada, cualquiera podría vencer.”

8. CAMBIA ADJETIVOS POR SUSTANTIVOS.

- ♥ “El jugador menos dañado ganará el doble de puntos.”
- ♥ “Quién tenga menor daño en su personaje ganará el doble de puntos.”

9. USA RELATIVO -QUE PARA EVITAR EL PARTICIPIO EN MASCULINO.

- ♥ “Los estudiantes inscritos.”
- ♥ “Estudiantes que se han inscrito.”

10. USA LA PALABRA “PERSONA, GRUPO, EQUIPO, COMUNIDAD, COLECTIVO, MIEMBRO, RESPONSABLE”.

- ♥ “Todos los que no tenáis el perfil completo no podréis jugar.”
- ♥ “Toda persona que no tenga el perfil completo no podrá jugar.”

PLAYER (1)
0000

POR: ANDREA PÉREZ
@APEREZ_SAN

REFERENCIAS DE INTERÉS

PAZ, LUISA MARÍA. (2019). GUÍA BÁSICA PARA UNA COMUNICACIÓN NO SEXISTA, CENTRO TECNOLÓGICO E INVESTIGACIÓN. CTIC.

<https://www.fundacionctic.org/sites/default/files/inline-files/Guia-basica-para-una-comunicacion-no-sexista-CTIC.pdf>

CONSEJO NACIONAL DE CULTURA Y ARTES. (2016). GUÍA DE LENGUAJE INCLUSIVO DE GÉNERO. GOBIERNO DE CHILE.

<https://www.cultura.gob.cl/wp-content/uploads/2017/01/guia-lenguaje-inclusivo-genero.pdf>

ECOLOGISTAS EN ACCIÓN. MANUAL DE ESTILO PARA UNA COMUNICACIÓN INCLUSIVA Y NO SEXISTA.

<https://www.ecologistasenaccion.org/wp-content/uploads/2020/03/documento-lenguaje-inclusivo.pdf>



Autoría:

ANDREA PÉREZ SÁNCHEZ
@APEREZ_SAN
an.pe.sa96@gmail.com

TFG Grado Comunicación - UOC Universitat Oberta de Catalunya
COMUNICACIÓN INCLUSIVA DE GÉNERO EN LOS ESPORTS.
ESTUDIO DE CASO DEL IMPACTO DEL TIPO DE COMUNICACIÓN EN EL SECTOR DE LOS DEPORTES
ELECTRÓNICOS.

Tutora:

ARANTXA URIBE-ECHEVARRIA DIAGO

ENERO 2022