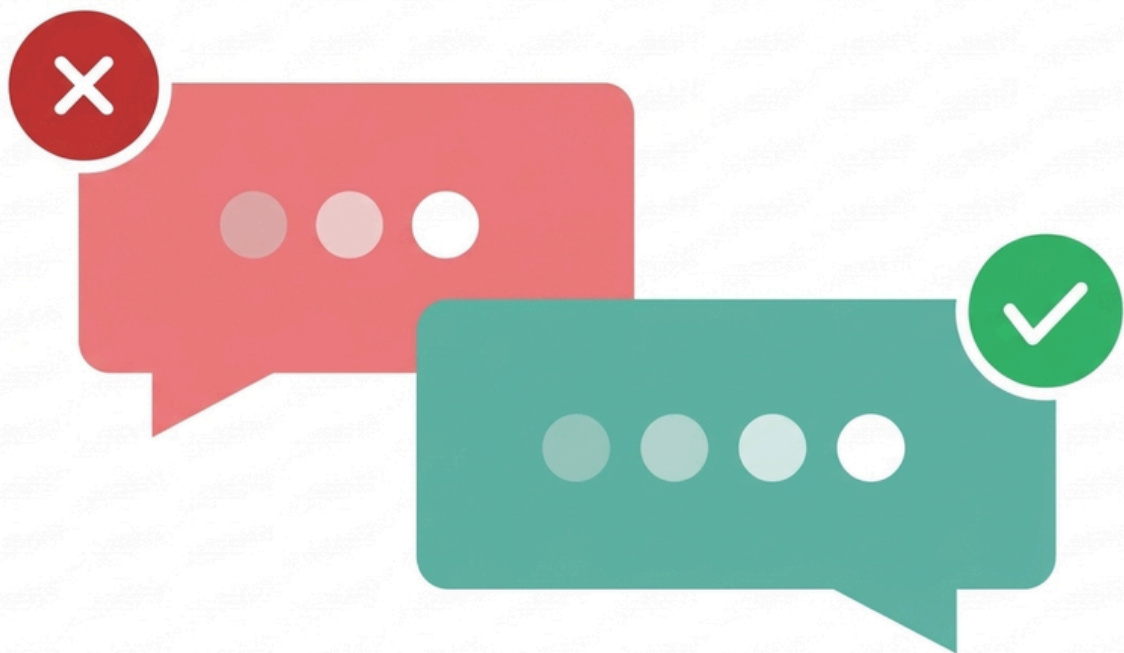


Pautas para una comunicación igualitaria



© Texto: Susana Guerrero Salazar 2025

© Edición, diseño y maquetación: Unidad de Igualdad. Vicerrectorado de Igualdad, Inclusión y Compromiso Social de la Universidad de Almería 2025

Pautas para una comunicación igualitaria

A través de estas pautas la Universidad de Almería afianza su compromiso con la igualdad, subrayando la importancia de comunicar de manera efectiva, clara e igualitaria.

¿Por qué es importante una comunicación igualitaria?

La forma en la que nos comunicamos es nuestra carta de presentación, tanto a nivel individual (nuestra forma de hablar refleja nuestra forma de pensar) como a nivel social, pues muchas expresiones reflejan la desigualdad con la que la sociedad ha tratado y sigue tratando a mujeres y a hombres (“me ha tocado bailar con la más fea”, “esto es un coñazo”, “menudo calzonazos estás hecho”, “pareces una nenaza”).

¿En qué consiste el sexismo lingüístico? En emplear palabras o estructuras lingüísticas que ocultan o discriminan a alguno de los sexos. El sexismo lingüístico está estrechamente relacionado con el androcentrismo.

¿Qué es el androcentrismo? Una visión del mundo que considera al hombre el centro de todas las cosas, lo que ha otorgado prestigio al mundo masculino y desprestigio al femenino.

Este desprestigio se aprecia en los **duales aparentes**, que son palabras que cuando se refieren a la mujer adquieren un sentido negativo o indican un cargo o profesión inferior:

fulano ‘persona indeterminada’ / **fulana** ‘prostituta’

hombre público ‘que tiene presencia e influjo en la vida social’ / **mujer pública** ‘prostituta’

gobernante ‘hombre que desempeña labores de mando’ / **gobernanta** ‘mujer encargada de la administración de una casa o institución’

asistente ‘persona que realiza labores de asistencia’ / **asistenta** ‘criada’

¿Cómo podemos detectar el sexismo y el androcentrismo en la comunicación?

Aplicando la regla de inversión a las palabras (las femeninas las transformamos en masculinas, y viceversa) y las imágenes (los personajes femeninos los imaginamos masculinos, y viceversa).

Si el resultado es extraño porque de la inversión resulta un significado muy distinto o porque no podemos llevarla a cabo por falta de referentes, es que no estamos ante un texto, discurso o imagen igualitaria.

Nuevos usos lingüísticos



Los cambios sociales conllevan cambios en los usos lingüísticos, ya que toda lengua viva es un hecho en constante evolución. Por ello, a medida que las mujeres han avanzado en derechos y han tenido acceso al ámbito público, la lengua española se ha ido transformando:

- Mediante cambios de significados: las profesiones y cargos en femenino que significaban 'mujer de' han pasado a significar 'mujer que ejerce dicho cargo o profesión' (alcaldesa ya no significa 'mujer del alcalde', sino 'mujer que tiene a su cargo una alcaldía').
- Creación de palabras nuevas (neologismos): **sororidad, techo de cristal, heteropatriarcado...**
- Nuevas feminizaciones de profesiones tradicionalmente desempeñadas por hombres (**torera, bombera...**) y nuevas masculinizaciones de profesiones tradicionalmente desempeñadas por mujeres (**comadrón, matrócn, azafato...**).
- Utilización de otras alternativas que eviten el abuso del masculino genérico.

Alternativas al masculino genérico

El género gramatical masculino posee un uso específico, solo referido a hombres (Juan y Paco son amigos), y otro genérico, que incluye a ambos sexos (Juan y Ana son amigos). Si el contexto no deja suficientemente claro si las mujeres están incluidas en el género gramatical masculino, podemos optar por otras alternativas:

1. Sustantivos que, con independencia de su género gramatical, designan a ambos sexos, como los colectivos ([alumnado](#), [profesorado](#)), los abstractos ([dirección](#), [jefatura](#)) y los epícenos ([personaje](#), [persona](#)). En el caso de rotulaciones se debe optar por palabras válidas para ambos sexos ([vicerrectorado](#), [gerencia](#), [tesorería](#)):

Los alumnos deben poseer un conocimiento básico de inglés

El alumnado debe poseer un conocimiento básico de inglés

2. Términos invariables, sin marca de género gramatical, como los pronombres [alguien](#), [nadie](#), [cualquiera](#), [quien/quienes](#), los determinantes [cada](#), [su/sus](#), [cualquier](#), los sustantivos [protagonista](#), [ponente](#), o los adjetivos [alegre](#), [inteligente](#).



Los que se inscriban recibirán un certificado

Quienes se inscriban recibirán un certificado

Todos los estudiantes recibirán un certificado

Cada estudiante recibirá un certificado

3. Perífrasis (el equipo directivo, la comunidad educativa), aposiciones o aclaraciones:



Los asistentes deben estar inscritos	Las personas asistentes deben estar inscritas
Los deportistas han firmado el documento	Los deportistas, mujeres y hombres, han firmado el documento

4. Barras o paréntesis, que resultan económicos en el encabezamiento de las cartas y correos electrónicos y en los impresos y formularios:



Queridos compañeros:	Queridos/as compañeros/as: Queridos(as) compañeros(as):
Datos del solicitante: D. _____, nacido en _____	Datos del/de la solicitante: D./Dña. _____, nacido/a en _____

5. Formas desdobladas, al comienzo de los discursos orales o en el encabezamiento de las cartas y correos electrónicos. No se debe abusar de esta alternativa porque lentifica la lectura y resulta cacofónica. Si se usa, es importante alternar el orden de las palabras, ya que, si siempre se opta por anteponer el término masculino al femenino (hombres y mujeres, profesores y profesoras) se contribuye a consolidar la idea de que un sexo es prioritario con respecto al otro.



Estimados colegas:	Estimadas y estimados colegas:
Buenas tardes a todos	Buenas tardes a todas y a todos

6. Omitiendo masculinos innecesarios:

- **Delante de los sustantivos invariables.** Es un buen recurso sobre todo en titulares, anuncios breves, formularios:

Curso dirigido especialmente a los docentes

Curso dirigido especialmente a docentes

- **Prescindiendo de los pronombres personales sujetos en masculino** (él, ellos, nosotros, vosotros) **y manteniendo tan solo las desinencias verbales:**

Nosotros promovemos el voluntariado universitario

Promovemos el voluntariado universitario

- **Optando por estructuras impersonales, formas no personales del verbo, pronombres de segunda persona o formas imperativas:**



El profesor evaluará la asistencia y participación en clase

Se evaluará la asistencia y participación en clase

El usuario debe presentar el resguardo

Es imprescindible presentar el resguardo

El usuario puede informarse en...

Puedes informarte en....

Infórmate en....

- **Cambiando la redacción:**



Bienvenidos	Os damos la bienvenida
Todos asistieron al acto	Nadie faltó al acto
Es necesario estar acreditado	Es necesario tener la acreditación
El solicitante debe presentar el formulario telemáticamente	El formulario debe ser presentado telemáticamente
El profesor controlará la asistencia de modo aleatorio	El control de la asistencia se llevará a cabo aleatoriamente



En la comunicación formal se debe evitar la arroba (@), la equis (x) y la “e”, ya que dificultan la pronunciación (tod@, todx), y resultan ajenos a nuestro sistema lingüístico (tode). No obstante, su uso como recurso reivindicativo en la comunicación informal es totalmente respetable.

Cómo construir un discurso igualitario



- **Haciendo visibles a las mujeres**, evitando incluirlas bajo el término “hombre” y optando por otras palabras o expresiones que no generen duda de que están incluidas ([personas](#), [seres humanos](#), [gente](#), [mujeres y hombres](#).).
- **Feminizando los cargos, oficios y profesiones** cuando se trate de sustantivos de dos terminaciones ([médica](#), [abogada](#)), incluso aunque coincida con el nombre de la disciplina ([técnica](#), [informática](#), [música](#), [física](#)...).
- **Otorgando el mismo tratamiento a ambos sexos**, bien por el nombre y el apellido, solo por los apellidos o con las fórmulas [señora/señor](#) o [don/doña](#).
- **Citando por nombre, profesión, cargo**, y no resaltando únicamente la condición sexuada (lo correcto es [las deportistas](#), no las mujeres o las mujeres deportistas).
- **Representando a las mujeres como protagonistas activas** y no como meras acompañantes, pasivas, infantilizadas o nombradas como seres dependientes ([esposa de](#), [mujer de](#), [señora de](#), [viuda de](#)...).
- **Evitando generalizaciones basadas en estereotipos femeninos** (las mujeres son más malas que los hombres, todas las rubias son tontas) **o masculinos** (todos los hombres son unos brutos, los machotes no lloran, los hombres no saben hacer dos cosas al mismo tiempo).
- **Omitiendo las alusiones al físico, al atractivo sexual, a la vestimenta** u otros detalles externos que distorsionen la visión que se ofrece de las personas.

Cómo construir una imagen igualitaria

- Procurando que haya un **número equilibrado de mujeres y hombres**.
- **Evitando el androcentrismo** y presentando a mujeres protagonistas.
- En el caso de una comunicación audiovisual, **alternando la presencia de hombres y mujeres** y distribuyendo de forma coherente la duración de las intervenciones y los contenidos asignados.
- **Cuidando de no fomentar estereotipos y roles de género**.
- **Presentando a mujeres y a hombres habitando por igual los espacios públicos y privados**, interactuando y promoviendo el trabajo en equipo.
- **Evitando sesgos sexistas** en la asignación de los colores, el encuadre, los planos o la composición de la imagen.
- Tratando con dignidad a todo tipo de personas y **haciendo presente la diversidad**: personas con discapacidad, de distintas etnias, edades o tipos de cuerpos.

