



# Guía práctica

Lenguaje no sexista en la empresa

**imaxin**

intelligence  
in dialogue

## Cómo influye el lenguaje en la cultura empresarial

Las palabras no son neutras: construyen significados, generan imágenes mentales y contribuyen a definir cómo percibimos la realidad. En el ámbito laboral, el lenguaje no solo transmite información, sino que también refleja la cultura y los valores de la organización. **La forma en que nombramos a las personas, los cargos o los equipos influye en cómo se percibe la realidad dentro y fuera de la empresa.**

Durante décadas, el uso del masculino genérico se ha aceptado como una norma neutra. Sin embargo, la realidad sociolingüística actual nos muestra que aquello que no se nombra difícilmente ocupa un lugar visible en el imaginario colectivo. Cuando el lenguaje utiliza exclusivamente el masculino para referirse a grupos mixtos, la representación mental que suele generarse es también masculina, lo que puede contribuir a invisibilizar a las mujeres y a otras identidades de género, cuya presencia queda diluida en la representación colectiva.

## Estrategias para evitar el masculino genérico

Con el objetivo de avanzar hacia una comunicación más representativa, hemos recopilado una serie de recursos lingüísticos que permiten evitar el uso del masculino genérico sin perder claridad ni naturalidad en los textos. Esta guía práctica está pensada como un recurso de consulta para empresas y departamentos de comunicación, ofreciendo herramientas que facilitan la adaptación de mensajes internos y externos.

|                                                          |                                            |                                                               |
|----------------------------------------------------------|--------------------------------------------|---------------------------------------------------------------|
| Sustantivos colectivos, perífrasis y expresiones neutras | Los empleados                              | El personal, la plantilla                                     |
|                                                          | Los funcionarios                           | El funcionariado                                              |
|                                                          | Los investigadores                         | El personal investigador                                      |
|                                                          | Los médicos                                | El equipo médico                                              |
|                                                          | Los ingenieros                             | Quienes se dedican a la ingeniería                            |
|                                                          | Los técnicos                               | El personal técnico                                           |
|                                                          | Los gerentes                               | La gerencia                                                   |
| Formas dobles                                            | Se busca traductor audiovisual             | Se busca traductor o traductora audiovisual                   |
|                                                          | Los trabajadores deben firmar el documento | Las trabajadoras y los trabajadores deben firmar el documento |
| Eliminar marcas de género innecesarias                   | El abajo firmante declara...               | Quien abajo firma declara...                                  |
|                                                          | Los participantes del curso...             | Cada participante del curso...                                |

|                                                    |                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                           |
|----------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Anteponer la palabra «persona»</b>              | Los usuarios<br>Interesados                                                                                                                                  | Las personas usuarias<br>Personas interesadas                                                                                                                             |
| <b>Evitar masculinizar o feminizar profesiones</b> | Me llamo <b>Laura</b> y soy la presidente de la compañía<br><b>María</b> es la ingeniera jefe                                                                | Me llamo <b>Laura</b> y soy la presidenta de la compañía<br><b>María</b> es la ingeniera jefa                                                                             |
| <b>Omitir la referencia directa al sujeto</b>      | El solicitante deberá cubrir el impreso<br>El empleado deberá enviar el informe                                                                              | <b>Se cubrirá</b> el impreso<br><b>Cubrir</b> el impreso<br><b>Se enviará</b> el informe                                                                                  |
| <b>Usar formas concretas</b>                       | Los gerentes, <b>Marta</b> y <b>Javier</b> , aprobaron el plan<br>Los directores de <i>marketing</i> y ventas participaron en la reunión                     | <b>La gerente Marta</b> y <b>el gerente Javier</b> aprobaron el plan<br><b>La directora</b> de <i>marketing</i> y <b>el director</b> de ventas participaron en la reunión |
| <b>Usar determinantes y pronombres neutros</b>     | La asociación convocó a los miembros<br>Todos los responsables<br>... donde no trabaja ninguno de sus ocupantes<br>El que / Aquel que presenta la demanda... | La asociación convocó a cada miembro<br>Cada responsable<br>... donde nadie trabaja de entre sus ocupantes<br>Quien presenta la demanda...                                |
| <b>Barras, @ o x</b>                               | Todos los compañeros                                                                                                                                         | Tod@s l@s compañer@s<br>Todxs lxs compañerxs<br>Todos/as los/las compañeros/as                                                                                            |
| <b>añadir una nota informativa</b>                 | En este documento se hace referencia a mujeres y hombres; se puede usar indistintamente el femenino o el masculino.                                          |                                                                                                                                                                           |

## Cómo escoger la estrategia adecuada

La elección de una estrategia u otra dependerá siempre del contexto y del canal. En términos generales, las opciones más recomendables para una comunicación profesional son el uso de **formas concretas, perífrasis, sustantivos colectivos y adjetivos invariables**; porque permiten representar a todas las personas con naturalidad y coherencia, y se adaptan fácilmente a cualquier tipo de comunicación.

Por el contrario, recursos como las barras, la «@» o la «x» conviene evitarlos en documentos formales o textos largos, ya que pueden dificultar la lectura y reducir la profesionalidad. Sin embargo, son útiles en contextos más informales o digitales como correos internos o redes sociales. La clave está en **seleccionar las estrategias que mejor se ajusten a cada tipo de contenido y aplicarlas de forma consistente** dentro de la guía de estilo de la organización.

**¿Quieres aplicar estas recomendaciones en tu organización?** En **imaxin** podemos ayudarte a revisar y adaptar tus contenidos corporativos para que tu comunicación sea clara, coherente y representativa.



# imaxin

Salgueiriños de abaixo nº11 L6  
15703 Santiago de Compostela  
981 554 068

[www.imaxin.com](http://www.imaxin.com)  
[imaxin@imaxin.com](mailto:imaxin@imaxin.com)