



ESPECIAL 8 DE MARZO 2025

Mujer y Comunicación

Coordinado por:
Dra. Almudena Barrientos-Báez



Revista
Latina
de Comunicación Social



Especial 8 de Marzo Mujer y Comunicación

PRÓLOGO

RLCS y el **Grupo de Investigación Concilium Complutense** un año más quieren enaltecer el papel esencial de la comunicación en la celebración del Día de la Mujer, ya que es una herramienta clave para visibilizar y reflexionar sobre los avances, retos y derechos de las mujeres en el ámbito académico, social y profesional. Este día no solo conmemora los logros alcanzados, sino que también sirve como un recordatorio de las desigualdades que persisten. A través de diversos medios de comunicación, ya sea a través de campañas en redes sociales, charlas, marchas o publicaciones, se fortalece el mensaje de la igualdad de género, la equidad en el trabajo y la eliminación de la discriminación laboral.

Además, la comunicación permite amplificar las voces de las mujeres trabajadoras, quienes a menudo enfrentan barreras invisibles que limitan su desarrollo profesional. Mediante entrevistas, testimonios y reportajes, se destacan historias de superación que inspiran a otras mujeres a continuar luchando por sus derechos y por mejores condiciones de trabajo. A su vez, es importante que la comunicación no solo sea un medio de denuncia, sino también de educación, sensibilizando a la sociedad sobre la importancia de promover ambientes laborales inclusivos y equitativos.

Este Día tan señalado ha tenido diversas protagonistas en su evolución: en el primer año, las voces fueron de catedráticas de Comunicación; en el segundo año, participaron estudiantes y doctoras en Comunicación; en el tercer año, catedráticos de Comunicación compartieron sus experiencias; el cuarto año estuvo marcado por mujeres CEO de grandes empresas, y este año, se visibilizan a las mujeres trabajadoras, como tú y como yo. Este recorrido resalta cómo la comunicación es capaz de conectar diferentes realidades laborales, uniendo a todas las mujeres en la lucha por la igualdad.

Con este especial queremos resaltar que la comunicación no solo informa, sino que moviliza. Es una herramienta fundamental para cambiar percepciones, generar conciencia y, finalmente, lograr un futuro en el que las mujeres disfruten de las mismas oportunidades y derechos que los hombres. **RLCS** y el **Grupo de Investigación Concilium Complutense** crean, en este sentido, una oportunidad para reafirmar el compromiso con la justicia social y laboral.

Seguimos juntos trabajando por un futuro donde la paz, la educación y los sueños cumplidos sean una realidad para todos.

Almudena Barrientos-Báez

Departamento de Teorías y Análisis de la Comunicación

Universidad Complutense de Madrid



VOCES EN EL AIRE: LA COMUNICACIÓN EN LA AVIACIÓN

Anja Wunderlich

Sobrecargo Compañía Aérea

Mi nombre es Anja Wunderlich y trabajo como tripulante de cabina de pasajeros (TCP) en una compañía aérea española. Llegué desde Alemania a Canarias cuando era apenas una niña. Soy un poco de ambos lugares y como estudié en un colegio británico conozco muy bien los tres idiomas. No hay que olvidar que un idioma no es solamente un lenguaje que permite que las personas se entiendan sino una cosmovisión que vive y se desarrolla entre significados. Y qué es la comunicación principalmente sino la voluntad de entendernos unos a otros desde lugares simbólicos diferentes.

La profesión que realizo es probablemente una de las pocas que está ocupada mayoritariamente por mujeres. Aunque desde ya hace bastantes años se han ido incorporando hombres a la misma, todavía el 80% del colectivo de tripulantes de cabina de pasajeros son mujeres. Yo comencé a trabajar en ella hace treinta años aproximadamente y desde hace ya bastantes también soy sobrecargo, por lo tanto, responsable de la coordinación de la tripulación auxiliar y el enlace de la misma con la cabina de pilotos.

No hace falta decir que otra de las tareas importantes en mi trabajo es la relación con el pasajero. No digo cliente porque creo que el significado de pasajero conlleva algo mucho mayor que una simple relación comercial. El pasajero es aquel cliente que además de tener que ofrecerle un trato amable y lo más satisfactorio posible, debe ser cuidado desde una vertiente que tiene que ver también con su propia seguridad física y emocional.

Estos dos caminos que debemos andar los tripulantes, ofrecer amabilidad y cordialidad a la vez que estamos al cargo de la seguridad de los pasajeros plantean diferentes tipos de habilidades con respecto a la comunicación. Aunque también se podría decir que están íntimamente relacionadas, o no estaríamos de acuerdo al pensar que un trato amable, una sonrisa sincera ofrece seguridad a una persona que está sentada dentro de un aparato que vuela a diez quilómetros de altura y a unos ochocientos kilómetros por hora.

Cuando nos encontramos con pasajeros que tienen miedo a volar, y créanme que son todavía muchos, nos agachamos para estar a su altura, les miramos a los ojos y con una voz suave y tranquila les decimos que estamos a su lado, que nada malo va a sucederles porque nosotros estamos ahí para cuidarles. Muchas veces conseguimos que nuestro pasajero se calme pero reconozco que no siempre funciona, las fobias están instaladas en lo más profundo de nosotros.

La comunicación que establecemos con los pasajeros en esos momentos es claramente emocional, pero existe ese otro tipo de comunicación a la que hice referencia anteriormente. Me refiero a la que tiene que ver con la seguridad en sí misma. Todos los estudios que se han realizado tras analizar accidentes e incidentes aéreos inciden en una misma conclusión: la mayoría de los mismos se pueden evitar o por lo menos aliviar si el canal de comunicación que existe entre los diferentes miembros de las tripulaciones es lo más efectivo posible.

Es lo que en nuestro argot se llama CRM (crew resource management) y se nos entrena en ese ámbito. Cada año debemos pasar pruebas que simulan situaciones que tienen que ver exclusivamente con la seguridad en vuelo y que requieren de una comunicación clara, rápida y eficaz entre los miembros de la tripulación de cabina de pasajeros y sobre todo entre nosotros y los miembros de la tripulación de vuelo.

En nuestro caso la comunicación es una de las habilidades más importantes que debe poseer un tripulante de cabina de pasajeros. No es solo algo que mejora la experiencia del cliente/pasajero sino que puede salvar vidas. Debemos ser capaces de adaptarnos a diferentes situaciones y culturas, ya que interactuamos con personas de diversas nacionalidades. Esto requiere no solo habilidades lingüísticas, sino también empatía y comprensión cultural. La capacidad de escuchar y responder a las preocupaciones de los pasajeros puede marcar la diferencia en su experiencia de vuelo.

La profesión de tripulante de cabina de pasajeros es mucho más que un trabajo; es una vocación que requiere dedicación, habilidades interpersonales y una excelente capacidad de comunicación. Gracias a su labor, los pasajeros pueden sentirse seguros y atendidos, lo que contribuye a que su experiencia de viaje sea placentera y memorable.

— *Anja Wunderlich* —





¡HAY TANTAS FORMAS DE COMUNICARNOS!

Mar González Pedrosa

Dependienta Boutique

Hola, me llamo Mar y tengo 46 años. Soy dependienta en una tienda de ropa, y creo que en cualquier trabajo es fundamental contar con una comunicación clara y concisa para evitar malentendidos.

En mi caso, la empresa está ubicada fuera de Valencia, por lo que la mayoría de las veces nos comunicamos a través de medios electrónicos. Personalmente, considero que esto facilita la comprensión de las solicitudes. Gracias a las nuevas tecnologías, la comunicación es más fluida, lo que nos permite resolver dudas o problemas sin que la distancia sea un obstáculo.

Recientemente, hemos instalado una aplicación en nuestro ordenador que nos permite consultar directamente a cualquier departamento, eliminando pasos innecesarios y haciendo la comunicación más rápida y precisa. En la tienda, somos solo dos personas: la encargada y yo. Por ello es preciso que no se creen barreras que dificulten el entendimiento de sus solicitudes y la realización de consultas.

Al trabajar cara al público, he aprendido que la comunicación no verbal ofrece muchas pistas sobre los clientes y sus necesidades. A veces, ellos mismos no saben expresar lo que quieren o lo que necesitan, por lo que considero que esta habilidad es crucial en nuestro trabajo.

Al ayudar a un cliente, es importante estar atenta no solo a lo que dice, sino también a su comportamiento. Transmitir confianza y seguridad es esencial; siempre trato de sonreír, no solo con la boca, sino también con los ojos, para que sientan que estoy ahí para ayudarles.

La atención al cliente es un aspecto vital de nuestro trabajo, y la comunicación juega un papel central en ello. Una buena comunicación no solo ayuda a resolver problemas, sino que también crea una experiencia positiva para el cliente.

Cuando un cliente se siente escuchado y comprendido, es más probable que regrese a la tienda y recomiende nuestros servicios a otros. La empatía y la capacidad de escuchar son habilidades que deben cultivarse, ya que permiten identificar las necesidades del cliente y ofrecer soluciones adecuadas.

La forma de vestir también es una manera de comunicarnos con nuestro entorno. A través de nuestra vestimenta, podemos transmitir seguridad, empoderamiento, alegría o tristeza. Nuestros uniformes están cuidadosamente seleccionados para que los clientes puedan apreciar la caída, los patrones y los tejidos en una persona, no solo en un maniquí.

Además, la comunicación visual es otra parte importante de nuestra tienda. Cada 15 días, reorganizamos la ropa y la combinamos con otras prendas para que cada vez que un cliente entre, sienta que está en un lugar nuevo, lleno de ideas frescas para diferentes looks. Todo está pensado para ofrecer diferentes opciones de uso a una misma prenda.

Y la limpieza y el orden son igualmente esenciales para transmitir cuidado y atención hacia cada una de las piezas. El escaparate también juega un papel crucial en nuestra comunicación con las personas que pasan por la calle, ya que muestra desde nuevas colecciones hasta descuentos. La música que elegimos ayuda a

crear un ambiente relajado y acogedor, aplicando el neuromarketing sensorial, en este caso el auditivo.

Le damos mucha importancia al conocimiento de diferentes idiomas porque facilita enormemente la comunicación. Cuando hablas el mismo idioma que el cliente, él se siente más cómodo y confiado, lo que genera un entendimiento total. Esto no solo mejora la experiencia del cliente, sino que también puede aumentar las ventas y, por ende, las posibilidades de fidelizarlo.

Considero que la comunicación efectiva es la base de una excelente atención al cliente. No solo se trata de transmitir información, sino de construir relaciones, generar confianza y crear un ambiente donde los clientes se sientan valorados y comprendidos. Esto, a su vez, se traduce en lealtad y éxito para la tienda.

— *Mar González* —





CONECTANDO CORAZONES: LA IMPORTANCIA DE LA COMUNICACIÓN EN EL SECTOR TURÍSTICO

Patricia Ramos Borges

OCÉANO Health Spa

Soy una mujer que lleva más de 20 trabajando en la industria turística, una carrera que me ha permitido conocer a muchas personas de todo el mundo, vivir experiencias únicas y, sobre todo, aprender sobre la importancia de la comunicación en este sector. Al principio, no entendía el impacto que una palabra amable o una sonrisa genuina podía tener en la experiencia de un turista. Con el tiempo, me di cuenta de que la clave del éxito no solo está en ofrecer buenos productos o servicios, sino en construir relaciones sinceras con los clientes.

Mi trabajo no se trata únicamente de gestionar reservas o vender maravillosos tratamientos de bienestar y salud en un SPA. Lo más importante para mí es escuchar y entender las necesidades de cada persona que se cruza en mi camino. Cada cliente llega con expectativas, y mi objetivo es hacer que esas expectativas se conviertan en recuerdos inolvidables. No se trata solo de llevarlos a un lugar bonito, sino de que se sientan bien atendidos, cómodos y, sobre todo, escuchados. La buena comunicación tiene ese poder: transforma una simple transacción en una experiencia personalizada.

Hay algo que aprendí desde mis primeros días trabajando en este sector: no todos los turistas buscan lo mismo. Algunos quieren relajarse, otros buscan aventura, algunos están interesados en la cultura, mientras que otros solo quieren disfrutar del buen clima. Escuchar sus historias, comprender lo que realmente desean y brindarles un servicio que se ajuste a sus intereses es lo que marca la diferencia. No hay una receta mágica, cada cliente es único y merece un trato especial.

La comunicación no solo se refiere a lo que decimos, sino también a cómo lo decimos. Es fundamental saber transmitir calma, confianza y seguridad, sobre todo

cuando las cosas no salen como se esperaban. En estos casos, la forma de manejar un inconveniente puede hacer que un cliente frustrado se convierta en un cliente fiel. La sinceridad y la empatía son mis mejores aliados. Si algo no puede resolverse, lo mejor es ser honesta y ofrecer alternativas viables. Mostrar que te importa realmente y que estás dispuesta a ayudar es la clave para ganar la confianza de los clientes.

A lo largo de estos años, he aprendido que la comunicación es también esencial dentro del equipo. En turismo, todo debe estar bien coordinado. No solo se trata de hablar con los clientes, sino también de estar en constante comunicación con mis compañeros para que el servicio sea fluido y sin contratiempos. Un ambiente de trabajo armonioso, donde todos compartimos el mismo objetivo, se refleja en la calidad del servicio que ofrecemos.

Cada día me siento afortunada de poder seguir trabajando en esta industria. Aunque los tiempos han cambiado, la esencia del trabajo sigue siendo la misma: hacer que las personas se sientan bien, que vivan momentos felices y que sus recuerdos de viaje siempre tengan un toque personal y especial. La comunicación es el hilo conductor que hace que todo eso sea posible. Para mí, la verdadera satisfacción está en saber que, gracias a mi dedicación, alguien se lleva consigo un pedazo de nuestra cultura, nuestras costumbres, y lo más importante: el trato humano que caracteriza a nuestro destino.

— *Patricia Ramos* —