



Orientaciones para una comunicación inclusiva y la organización de eventos con equidad de género en el MIEM.

Setiembre 2025



**Ministerio
de Industria,
Energía y Minería**

Unidad de Desarrollo
Social y Género

| | | |
|--------------------|--|----|
| 1. | Introducción..... | 4 |
| 2. | Comunicar no es transcribir información..... | 5 |
| 3. | Breves fundamentos y definiciones..... | 7 |
| 4. | Recursos para utilizar el lenguaje inclusivo | 9 |
| 5. | Orientaciones para el uso de imágenes inclusivas | 13 |
| 6. | Orientaciones para eventos y actividades con perspectiva de género | 18 |
| 7. | Aclaraciones complementarias | 21 |
| | Referencias bibliográficas | 22 |
| | Anexo: Herramienta de chequeo..... | 24 |



PRÓLOGO

El lenguaje, escrito y audiovisual, constituye una herramienta clave, no solo para transmitir información y comunicar, sino también para expresar identidad y cultura, afirmar roles, reproducir jerarquías de poder y construir acuerdos sociales. Por ello, no puede considerarse neutro. En este sentido, el Ministerio de Industria, Energía y Minería (MIEM) asume el compromiso de promover una comunicación inclusiva que contribuya a la igualdad sustantiva entre mujeres, varones y personas de diversas identidades de género, visibilizando la pluralidad de experiencias y contribuciones dentro de los sectores bajo su ámbito de acción.

Como parte de los compromisos institucionales, el MIEM impulsa la incorporación de la perspectiva de género de manera transversal en sus políticas públicas, programas, proyectos e iniciativas, así como en su gestión y estructura organizacional, fortaleciendo la equidad y coherencia con los lineamientos nacionales e internacionales orientados a la promoción de la igualdad de género¹.

Estas orientaciones elaboradas por la Unidad de Desarrollo Social y Género (UDSG), con apoyo de la Unidad de Comunicación Institucional (UCI), constituyen un instrumento técnico-operativo dirigido a todo el funcionariado, los equipos técnicos, y personas en cargos de decisión del MIEM. Asimismo, se encuentran a disposición de los entes autónomos y servicios descentralizados que se comunican con el Poder Ejecutivo a través de esta Secretaría de Estado. Busca ser una guía práctica para favorecer una comunicación que sea más equitativa, accesible y congruente con las políticas públicas que lleva adelante la cartera, concibiéndola como una herramienta en construcción que puede enriquecerse a partir de la práctica y la problematización de la realidad cotidiana.

Este compromiso requiere un esfuerzo colectivo y sostenido. Nombrar, visibilizar y reconocer a todas las personas constituye un imperativo ético y el uso de una comunicación inclusiva y respetuosa de los derechos humanos en la gestión pública es un pilar estratégico para fortalecer la igualdad, la diversidad y la representatividad en todas las acciones de nuestro ministerio.

Dr. Rodrigo Díaz
Director General de Secretaría
Ministerio de Industria, Energía y Minería

1 El presente documento ha sido aprobado por Resolución Ministerial N°1032/25 / 12 de diciembre de 2025.

1. Introducción

El presente documento ha sido aprobado por resolución ministerial y reúne una serie de recomendaciones y buenas prácticas aplicables a la comunicación del Ministerio de Industria, Energía y Minería (MIEM), así como a las etapas de diseño, organización y gestión de eventos del organismo. Su finalidad es promover una comunicación responsable e inclusiva, y desarrollar actividades que promuevan la participación y reconocimiento de las mujeres en la agenda pública nacional.

En Uruguay rige la [Ley N° 19.846](#) en relación a la no discriminación e igualdad formal, sustantiva y de reconocimiento entre mujeres y varones. Asimismo, el MIEM integra el Consejo Nacional de Género (CNG) y está certificado en el primer nivel del Modelo de Calidad con Equidad de Género (MCEG), que otorga el Comité Asesor del mismo². En este marco, la cartera se ha propuesto avanzar en los próximos pasos para afianzar y expandir los logros obtenidos.

En esta línea, desde la Unidad de Desarrollo Social y Género (UDSG) se han desarrollado esfuerzos de diversa índole para transversalizar la perspectiva de género, tanto a nivel de la gestión organizacional como de política pública. Este material constituye un insumo que responde a las estrategias y tácticas desplegadas para alcanzar este compromiso.

Con el fin de contribuir al cambio cultural y construir un país más igualitario, impulsamos a quienes integran el MIEM o trabajan coordinadamente con él, como las empresas públicas bajo la órbita de la cartera (Ancap, Antel, Correo Uruguayo y UTE) y LATU, a consultar e incorporar las recomendaciones que se detallan a continuación. Estas apuntan a reflejar la diversidad de sujetos que conforman nuestra sociedad, romper estereotipos de género a la hora de difundir información, organizar acciones con participación paritaria, diversa, y vincularse de forma no discriminatoria con los diferentes actores de interés para la institución.

Estas orientaciones consideran insumos previos que han sido producidos desde diversas organizaciones nacionales e internacionales, por lo que conforman una selección parcial y sintética de los documentos que se referencian en la bibliografía utilizada.

² Espacio interinstitucional, coordinado por el Instituto Nacional de las Mujeres (Inmujeres), que valida la recomendación de la certificación a las organizaciones que implementan el MCEG sobre la base de los informes de auditorías realizados por Inmujeres. Está integrado por: el Instituto Nacional de las Mujeres, que lo preside, el Ministerio de Trabajo y Seguridad Social (MTSS), la Oficina Nacional de Servicio Civil (ONSC), el Laboratorio Tecnológico del Uruguay (LATU), el Instituto Nacional de Calidad (INACAL), el Plenario Intersindical de Trabajadores- Convención Nacional de Trabajadores (PIT-CNT), las Cámaras Empresariales a través de la Organización de Mujeres Empresarias, Ejecutivas y Emprendedoras de Uruguay (OMEU), la Entidad de las Naciones Unidas para la Igualdad de Género y el Empoderamiento de la Mujer (ONU Mujeres) y el Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD).

2. Comunicar no es transcribir información

La comunicación es una disciplina social, que pone una serie de herramientas útiles y valiosas al servicio de las personas implicadas en ella.

A la hora de comunicar, frecuentemente se utilizan documentos elaborados por otras fuentes, así como la difusión de fechas, eventos e incluso normativa que no contempla el lenguaje inclusivo. En muchos casos, es posible incorporar reformulaciones del texto original sin traicionar o modificar sustancialmente su significado. Dos campos de acción permiten ilustrar simplificadaamente esta cuestión.

En el campo de la estadística, la comunicación también es útil para acercar datos representativos provenientes de estudios o encuestas de la población. No obstante, vale tener presente que esos datos deben estar al servicio de toda la ciudadanía y para ello, la creatividad y la flexibilidad son grandes aliadas al pensar y codificar mensajes.

En el ámbito normativo, si se quiere hacer referencia a lo que establece una ley para comunicarla a un público general será posible, muy a menudo, interpretar su esencia y resaltar su finalidad. Se puede evitar replicar el uso del masculino gramatical, que es el que probablemente la norma emplee, sin alterar su sentido. También se puede incluir un enlace a la página del Centro de Información Oficial IMPO para quien deseen acceder al texto legal. En caso de ser necesario, puede incorporarse un fragmento entrecomillado como nota al pie en el documento, especialmente cuando lo que se busca resaltar no es la literalidad de la norma, sino su contenido.

Ejemplo 1 relativo al ámbito estadístico:

En el sector minero, según datos del Instituto Nacional de Estadística, solo el 13,19 % de **los trabajadores del sector** son mujeres, la mayoría en tareas administrativas.

La misma información se podría haber expresado así:

En el sector minero, según datos del Instituto Nacional de Estadística, solo el 13,19 % de **las personas que trabajan en el sector** son mujeres, la mayoría en tareas administrativas.

Como puede verse el sentido de la frase no cambia, pero se evita utilizar el genérico masculino para dar un dato estadístico relativo al trabajo en sector de la minería.

Ejemplo 2 relativo al ámbito de la norma:

El MIEM generó un mensaje en redes sociales con motivo de una fecha considerada relevante para una de sus unidades ejecutoras, y así dirigirse al público que trabaja en el sector de la artesanía. La [Ley N° 17.989](#) declara el 28 de julio como el *Día Nacional del Artesano* y para ello se realizó un posteo en redes sociales replicando estrictamente el texto legal:

Figura 1. Posteo del MIEM



Nota: El uso del masculino genérico en el mensaje principal se podría haber evitado.

Fuente: <https://www.facebook.com/MIEMUruguay>

El texto complementario ubicado a la derecha incluyó *las y los artesanos* y la imagen exhibe las manos de una mujer, pero el titular resulta más destacado, por el tamaño de las letras y el color blanco sobre un fondo azulado. Ese texto excluye a las mujeres artesanas.

En este ejemplo, comunicacionalmente se podría haber recurrido a las siguientes alternativas:

- **28 de julio - Saludamos a quienes trabajan en la artesanía.**
- **28 de julio - Día Nacional de las y los Artesanos.**

Como puede advertirse, es posible aludir a todas las personas que trabajan como artesanos y artesanas, evitando el empleo literal del texto normativo, pero respetando su esencia y significado, y de esta forma no dejar a nadie sin el reconocimiento que merecía.

Un ejercicio interesante en estos casos es preguntarse: ¿con qué propósito se realiza la comunicación ministerial? ¿Se busca destacar una fecha, resaltar la dimensión legal o normativa, o *reconocer a quienes trabajan en el sector aprovechando la oportunidad que brinda el calendario mediante una ley*? Si como ministerio, se coloca el énfasis en el trabajo productivo y en los aportes al desarrollo económico, ambiental y humano de este día específico, lo más valioso es centrar el mensaje en las personas que hacen de la artesanía su actividad económica principal. Saludarlas a todas en esta fecha resulta, por ende, lo más acertado.

3. Breves fundamentos y definiciones

Incorporar la equidad de género y la igualdad de oportunidades en la agenda pública es fundamental para garantizar los derechos de la ciudadanía.

El Primer Plan Nacional de Igualdad de Oportunidades y Derechos, Políticas Públicas hacia las Mujeres en Uruguay (2007-2011), ya incorporaba en el apartado titulado *Uruguay democrático*, el objetivo de desarrollar líneas estratégicas de igualdad (LEI) vinculadas a la comunicación. Entre estas estaban:

- el desarrollo de prácticas comunicativas no discriminatorias que respondan a intereses y necesidades de varones y mujeres y promuevan imágenes no estereotipadas y libres de prejuicios;
- visibilizar el aporte y los distintos estilos de vida de las mujeres en la sociedad, la economía y la cultura a través de su propia voz en los medios de comunicación;
- implementar medidas que garanticen el uso de un lenguaje no sexista e imágenes libres de violencia, discriminación y estigmatización en los medios de comunicación (Mides, 2008).

El lenguaje no es en sí discriminatorio, pero su uso habitual tiende a invisibilizar y desvalorizar a las mujeres, reflejando y reproduciendo el *sexismo* y el *androcentrismo*³ de la sociedad. Esto se evidencia en expresiones, imágenes y representaciones que relegan a las mujeres a roles secundarios o estereotipados. Sin embargo, se observa un cambio progresivo gracias a la concientización social, la participación femenina en lo público y normas que promueven la igualdad.

Incorporar la perspectiva de género en la comunicación implica visibilizar equitativamente a mujeres y varones, reconociendo sus aportes y necesidades en todos los ámbitos.

Utilizar un lenguaje inclusivo es una práctica positiva ya que la excusa de que el masculino genérico incluye a las mujeres no es justa para todas y todos. ¿Acaso un femenino genérico incluiría en la misma medida a los varones?

Incorporar y ensayar la utilización de estas recomendaciones al principio requieren de una atención consciente, pero con el tiempo estas se vuelven parte del accionar cotidiano naturalizándolo. De esta forma se contribuye a incluir, citar y hablar expresamente a la mitad de la población; de lo contrario, se refuerza la ausencia, invisibilización y subestimación de las mujeres.

Se podría, también, encontrar justificación a través de la tradición, pero esto conlleva desconocer que el lenguaje está vivo y en permanente transformación. Si bien hay tradiciones

³ El sexismo es la discriminación de las personas por razón de sexo, en tanto el androcentrismo refiere a la visión del mundo y de las relaciones sociales centrada en el punto de vista masculino.

que deben conservarse hay otras que necesitan ser revisadas, ya que su mantenimiento dificulta la evolución de la sociedad y en definitiva de las relaciones sociales.

La comunicación con perspectiva de género, que no debe confundirse con aquella que va dirigida específicamente a las mujeres, toma en cuenta la revisión de los patrones que se asocian de forma automática a ciertos comportamientos, roles, oportunidades, etc. con una persona en función del sexo, pero también **qué se va a comunicar**, además de cómo (que considera la textualización o codificación del mensaje).

Por lo tanto, no alcanza con que mujeres sean parte o protagonistas de la comunicación cuando se dirige a las mujeres, sino que estas deben estar incluidas en toda comunicación, también en la que va dirigida a varones.

En síntesis, con estas acciones se estimula a niñas y mujeres a ser, hacer, decir, opinar, aportar, representar, asumir, sin atentar contra lo que las normas del lenguaje establecen.⁴

4 Comisión Interdepartamental de Género del Congreso de Intendentes del Uruguay, 2010.

4. Recursos para utilizar el lenguaje inclusivo

El lenguaje inclusivo es una manera de expresar que no se discrimina a un sexo o género social y aspira a plasmar una realidad que se compone de varones y mujeres (Segib, 2023).

A continuación, se muestran dos columnas con ejemplos que permiten identificar rápidamente expresiones no inclusivas (izquierda, sobre fondo rojo), y se brindan algunos usos lingüísticos para transformarlas en inclusivas (derecha, sobre fondo verde).

| No es inclusivo, evite su uso: | Es inclusivo, aplique su uso: |
|--|--|
| <p>Usar expresiones masculinas genéricas donde el masculino omite a las mujeres:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>El hombre ha avanzado mucho.</i> • <i>Los niños se interesan en la ciencia.</i> • <i>El ganador del concurso recibirá...</i> • <i>Los funcionarios asistieron a...</i> • <i>Estimados funcionarios:</i> | <p>Crear referentes y modelos no discriminatorios, femeninos, o que incluyan expresamente a las niñas y mujeres:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>La humanidad ha avanzado mucho.</i> • <i>Niñas y niños se interesan en la ciencia / Las niñas se interesan en la ciencia.</i> • <i>El ganador o ganadora recibirá...</i> • <i>El funcionariado asistió a...</i> • <i>Estimados/as funcionarios/as:</i> |
| <p>Nombrar o referir a las mujeres mostrando dependencia o usando calificativos relacionados con la estética, el matrimonio o roles asignados tradicionalmente a ellas.</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Rocío Torres, hija de Edgardo Torres, lidera una industria farmacéutica.</i> • <i>Susana Estévez, prominente investigadora, gran esposa y madre, recibió el premio emocionada.</i> | <p>Usar tratamientos igualitarios y no incluir «halagos», que desvían la atención hacia aspectos irrelevantes, cuando se está refiriendo a aspectos profesionales de la mujer.</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Rocío Torres lidera una industria farmacéutica.</i> • <i>Susana Estévez, prominente investigadora, recibió el premio emocionada.</i> |
| <p>Usar continuamente vocablos como...</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Los gerentes de todas las áreas están alineados.</i> • <i>Líder, director, secretario, magistrado, licenciado, coordinador, tutor...</i> | <p>Utilizar nombres abstractos para mencionar cargos, titulación o profesión, evitando nombrar a la persona que en ese momento concreto lo desempeña:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Las gerencias de todas las áreas están alineadas.</i> • <i>Liderazgos, dirección, secretaría, magistratura, licenciatura, coordinación, tutoría...</i> |

| | |
|---|---|
| <p>Emplear reiteradamente...</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>El propietario.</i> • <i>El empresario.</i> • <i>El solicitante.</i> • <i>El postulante.</i> • <i>El contratante.</i> | <p>Desdoblar, usando la forma femenina y la masculina alternando el orden o usar nombres abstractos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Propietarias y propietarios.</i> • <i>Empresarias y empresarios / El empresariado.</i> • <i>La y el solicitante.</i> • <i>Las y los postulantes.</i> • <i>La parte contratante.</i> |
| <p>Afirmar:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Los solicitantes presentarán...</i> • <i>Los asistentes propusieron soluciones creativas.</i> • <i>Los senadores están a punto de aprobar la ley.</i> • <i>Nosotros queremos promover la equidad.</i> | <p>Cambiar la sintaxis de la oración:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Con la solicitud se deberá presentar...</i> • <i>Se propusieron soluciones creativas.</i> • <i>La ley será aprobada en el senado en breve.</i> • <i>Queremos promover la equidad.</i> |
| <p>Hacer uso siempre del sujeto en masculino:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Cuando el usuario solicite...</i> • <i>El abonado deberá.</i> • <i>Los trabajadores de este sector deben respetar el nuevo protocolo.</i> • <i>El postulante tendrá que...</i> • <i>El beneficiario...</i> | <p>Evitar la mención del sujeto, empleando el “se” impersonal con la tercera persona del singular, usar la segunda persona del singular (vos, tú, usted), evitando la tercera del singular o plural con marca de género. También se puede utilizar quien o quienes, la o las personas, cualquier, etc.:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Cuando se solicite...</i> • <i>Si usted posee abono deberá...</i> • <i>El nuevo protocolo deberá ser respetado por quienes trabajan en este sector.</i> • <i>Quien postule tendrá que...</i> • <i>La persona beneficiaria...</i> |
| <p>Referir siempre desde la mirada masculina utilizando el o los:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Los profesionales contratados...</i> • <i>No es necesario contar con un analista.</i> • <i>El contribuyente necesita llenar el formulario.</i> • <i>Los demás asistentes salieron después.</i> | <p>Omitir el determinante o artículo (el, la, los, las...) cuando empleamos sustantivos con terminación única para masculino y femenino (periodista, solicitante, analista, titular, contribuyente...):</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Profesionales con contrato...</i> • <i>No es necesario contar con analista(s).</i> • <i>Contribuyentes necesitan llenar los formularios.</i> • <i>El resto del grupo que asistió salió después.</i> |

| | |
|---|---|
| <p>Otros usos...</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Si los ciudadanos se comprometen...</i> • <i>Es imprescindible que los beneficiarios acudan personalmente...</i> | <p>Usar las formas no personales del verbo (infinitivos y gerundios):</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Es imprescindible acudir personalmente...</i> • <i>Comprometiéndose, la ciudadanía...</i> |
| <p>Decir...</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Los miembros de la corporación explicaron su postura uno a uno.</i> | <p>Usar determinantes sin marca de género con sustantivos de una sola terminación: miembros, representantes, otorgante... usando "cada":</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Cada miembro de la corporación explicó su postura.</i> |

Otras recomendaciones

- Para detectar el uso sexista del lenguaje se recomienda aplicar **la regla de la inversión**. Esta consiste en cambiar lo masculino por lo femenino y viceversa. Por ejemplo, en: "Los ministros y sus mujeres..."; la frase invertida es: "Las ministras y sus varones...". Lo razonable sería: "Cada representante/jerarca ministerial y su cónyuge". Otro ejemplo: "Los delegados y sus esposas visitaron el parque industrial"; si lo invertimos: "Las delegadas y sus maridos visitaron el parque industrial". Se puede sustituir por: "La delegación, incluyendo a sus parejas, visitaron el parque industrial".
- Se puede aplicar el mismo criterio a todo el documento. Si aplica barras (el/la postulante) se recomienda hacerlo en todo el texto.
- En este sentido **no es adecuado incluir cláusulas del tipo:**
En el texto del convenio se ha utilizado el masculino como genérico para englobar a los trabajadores y trabajadoras, sin que esto suponga ignorancia de las diferencias de género existentes, al efecto de no realizar una escritura demasiado compleja.
- **No es aconsejable utilizar barras en titulares**, ya que interfiere en la estética. En estos casos, se sugiere recurrir a fórmulas de duplicación (funcionarias y funcionarios) o genéricos o colectivos (funcionariado).
- En el caso de usar barras también es aconsejable **alternar la a y la o, la o el**: los/las candidatas; las/los jóvenes.
- **Prestar atención a los artículos o determinantes que se utilizan**. Por ejemplo, si se sustituye profesor por docente, pero más adelante se utiliza: *los docentes se volverá* a cometer la exclusión de las mujeres docentes. Utilizar entonces: *Los y las docentes* o sustituirlo por el equipo docente.

- **Practicar la búsqueda atenta de palabras que se pueden cambiar fácilmente.**

Utiliza palabras como:

- personal de trabajo.
- personas postulantes.
- equipo científico o equipo de científicos y científicas.
- estudiantado, profesorado, directiva, candidatura.
- red de profesionales.
- grupo colaborador.
- cada integrante, cada participante o quienes asistan...
- *Lugar de nacimiento* en vez de *nacido/a* en.
- Con *Licencia* o *Título* en química, en lugar de *Licenciado/a* en química.

5. Orientaciones para el uso de imágenes inclusivas

Aquí es importante recordar la frase popular de que *una imagen vale más que mil palabras*.

Las imágenes (íconos, fotografías, dibujos, etc.) habilitan una interpretación en la que suelen intervenir la paleta de colores, la preponderancia de las formas, tamaños y la composición en general, por mencionar solo algunos elementos. Sin embargo, no es condición utilizar colores pasteles, en tonalidades de rosa, magenta o violetas para la comunicación dirigida a mujeres. En este sentido, también hay que cuestionar el uso de figuras que remitan a ideas romantizadas de la mujer (flores, corazones, alas, mariposas) o masculinizadas de los varones (donde se los muestre en actividades en las que utilizan la fuerza física, exhiben liderazgo, tonalidades celestes, azules, etc.).

En el lado opuesto, es importante preguntarse: ¿es creíble esto que exhibo; representa la realidad; procura cambiarla; remite a una situación artificial? La utilización de filtros, que exaltan la estética de lo liso⁵, por ejemplo, puede transmitir ideas poco realistas y estereotipadas de los entornos de trabajo, de las personas o de las expectativas propias o proyectadas sobre ellas.

A la hora de utilizar imágenes evitar el uso de estereotipos⁶ como:

- Niños de azul, niñas de rosa; niños vinculados a lo tecnológico y niñas en tareas domésticas y de cuidado.
- Varón en público, dirigiendo, exponiendo; mujeres en roles pasivos o secundarios.
- Varón en solitario y mujer acompañada.
- Varón racional, mujer emocional.
- Mujer como elemento decorativo, objeto sexual, reflejando angustia, violencia física o simbólica.
- Mujeres que responden a estereotipos hegemónicos: jóvenes, delgadas, caucásicas, sin manchas o arrugas en la piel, con cuerpos y vestimentas que remiten a los clásicos catálogos de moda.

5 Han (2017) en su obra *La salvación de lo bello* refiere a la homogeneización de las imágenes en la época actual, donde estas cobran una excesiva pulcritud, pulido o alisado, anulando así la diferencia y la otredad.

6 Un estereotipo de género es una visión generalizada o una idea preconcebida sobre los atributos o las características, o los papeles que poseen o deberían poseer o desempeñar las mujeres y los hombres” (Naciones Unidas, s.f). Los estereotipos afectan a hombres y mujeres, pero con frecuencia tienen un efecto más claro y manifiesto sobre estas últimas. Estas creencias “pueden implicar una variedad de componentes incluyendo características de la personalidad, comportamientos y roles, características físicas y apariencia u ocupaciones y presunciones sobre la orientación sexual” (Ashmore & Del Boca, citado en Cook & Cusack, 2010). Algunos estereotipos nocivos pueden ser: de sexo (centrados en atributos y diferencias físicas y psicológicas atribuidas a hombres y mujeres), sexuales (características sexuales que deberían ser poseídas por hombres y mujeres y la interacción sexual entre ambos), roles de género (comportamientos atribuidos y esperados de hombres y mujeres a partir de construcciones sociales y culturales o sobre su físico), compuesto (que interactúa con otros estereotipos de género atribuyendo roles o características a grupos diversos de mujeres) (GIG, CEJU & Fiscalía, 2020). Es relevante no reforzar o perpetuar estereotipos de género que ubiquen a las mujeres como débiles o sin poder, vulnerables, hipersexualizadas, o valoradas fundamentalmente por atributos de belleza, incapaces de tomar sus propias decisiones, como la recompensa o parte del escenario o no habiendo personajes protagonistas mujeres y que reflejen su diversidad.

Figura 2. Iconografía que romantiza la lactancia (no recomendada).



Nota: Imagen con un excesivo tono romántico proveniente de los íconos, colores y estilos gráficos utilizados.

Fuente: <https://mx.pinterest.com/pin/462674561734894339/>

Figura 3. Fotografía que no incluye a ninguna mujer en un rol técnico y/o de dirección audiovisual (no recomendada).



Nota: En esta imagen se muestra a tres varones realizando actividades vinculadas a la producción audiovisual, donde las mujeres suelen quedar excluidas de los puestos de dirección.

Fuente: <https://www.pexels.com/es-es/foto/foto-de-hombre-sujetando-la-camara-3062541/>

Figura 4. Imágenes de mujeres como objetos, recurriendo a estereotipos de belleza hegemónicos como el de la delgadez (no recomendadas).



Nota: El empleo de personal femenino como objeto sexual (de adorno totalmente prescindible de la temática central que se comunica o difunde) debe ser evitado.

Fuente: <https://pradostaff.com.ar/portfolio/shimura/>

Figura 5. Ejemplos de uso de imágenes adecuado, que presenta personas y roles diversos.



**Día Mundial
de las Telecomunicaciones
y de la Sociedad de la Información**



**Igualdad de género
en la transformación digital**



**Ministerio
de Industria,
Energía y Minería**

**EN TODOS
NUESTROS
PROYECTOS,
TODAS
LAS MUJERES.**

**Cuando todas las mujeres avanzan,
la sociedad avanza.**

Igualdad de género, compromiso de Estado.



charla-taller informativo

**Convocatoria a proyectos de
inversión cooperativos 2025**



Destinada a cooperativas agrarias y de
trabajo y sociedades de fomento rural.

Martes 8 de julio / Hora 18.30

Inscripciones en:
bit.ly/ProyectosMIEMCoop2025



Nota: Se utilizan imágenes de personas de diversos géneros, edades, ascendencia étnico-racial, cuerpos, roles. A lo largo de las distintas instancias comunicacionales se alternaron protagonistas diferentes, promoviendo la diversidad, lo que se recomienda.

Fuente: <https://www.facebook.com/MIEMUruguay>

Recordar estas recomendaciones a la hora de incluir imágenes en los mensajes:

* Evitar recurrir al “androcentrismo” o centralidad de los varones, habilitando el protagonismo de diferentes personas, con características diversas en cuanto a género, raza, edad, discapacidad, territorio, apariencia, actividades.

* Aplicar la ley de la inversión. Si se cambia la imagen por otra que muestre una persona de otro género en ese mismo rol, ¿funciona? ¿Se puede recurrir a un secretario en lugar de una secretaria? ¿Se puede emplear a una capataza en lugar de un capataz? Si la respuesta es sí, se recomienda hacerlo. Esta acción contribuirá a que los trabajos, oficios y profesiones no permanezcan atados a un solo género.

Para ello, se sugiere:⁷

* Presentar varones y mujeres en roles diferentes a los tradicionales, sin encasillar situaciones y profesiones a la masculinidad o feminidad.

* Visibilizar y promover la diversidad. No hay *un modelo* de mujer ni de varón; hay múltiples formas de serlo. Asimismo, de identidades y expresiones de género diversas, incluyendo a las personas LGBTIQ+.

⁷ PNUD, s/f.

Disponible en:

https://americ latinagenera.org/wp-content/uploads/2014/05/Manual_de_genero_para_periodistas_pnud-1.pdf

- * Prestar especial atención a cómo se muestran las mujeres jóvenes o niñas. Por ejemplo, el modelo de delgadez, tipo de piel, pelo, etc. propuesto en la mayoría de las imágenes, afecta a las mujeres en general, pero especialmente a niñas y adolescentes.
- * Visibilizar los logros de las mujeres y varones en espacios no tradicionales.
- * Mostrar la diversidad de personas (etnia, edad, cultura, etc.).
- * No usar el cuerpo de la mujer para incitar ni al deseo ni al consumo.
- * Considerar el tamaño en el que aparecen las fotos y las personas, así como los planos (picado, contrapicado, planos generales, medio o primeros planos), la luz y contraste, la ubicación en el espacio (los entornos), el sonido (*voz en off* masculina, femenina, grave, coloquial, formal, etc.).
- * Examinar las actitudes y los gestos en que se presentan a las personas, evitando presentar a las mujeres con gestos infantiles y/o poses sexuales.
- * Revisar la posición del cuerpo y posibles intencionalidades de la imagen.
- * Procurar un equilibrio numérico entre géneros, edad, diversidad de personas, ya sea en la misma imagen o a lo largo del tiempo en diferentes ocasiones comunicacionales, alternando protagonistas.
- * Tener presente que la música forma parte de la narrativa audiovisual, refuerza la imagen y puede resaltar acciones y emociones. Se sugiere prestar atención al tipo de musicalización que se utiliza y las letras de las canciones (si son interpretadas) para no caer en discriminaciones.
- * Recabar información sobre potenciales antecedentes negativos de las personas que incluye en imágenes y/o sonido.

6. Orientaciones para eventos y actividades con perspectiva de género

Al diseñar, organización y gestionar un evento o actividad, es importante incorporar un enfoque transversal de género, además de incluir contenidos específicos que articulen la materia de la sesión o actividad de cada sector del MIEM con este enfoque. Esto puede incluir, por ejemplo: estudios con información y análisis desagregados por sexo/género, y otras variables y dimensiones socioeconómicas, estadísticas, resultados de investigaciones que contemplen esta perspectiva y la interseccionalidad, así como evidencias y buenas prácticas.

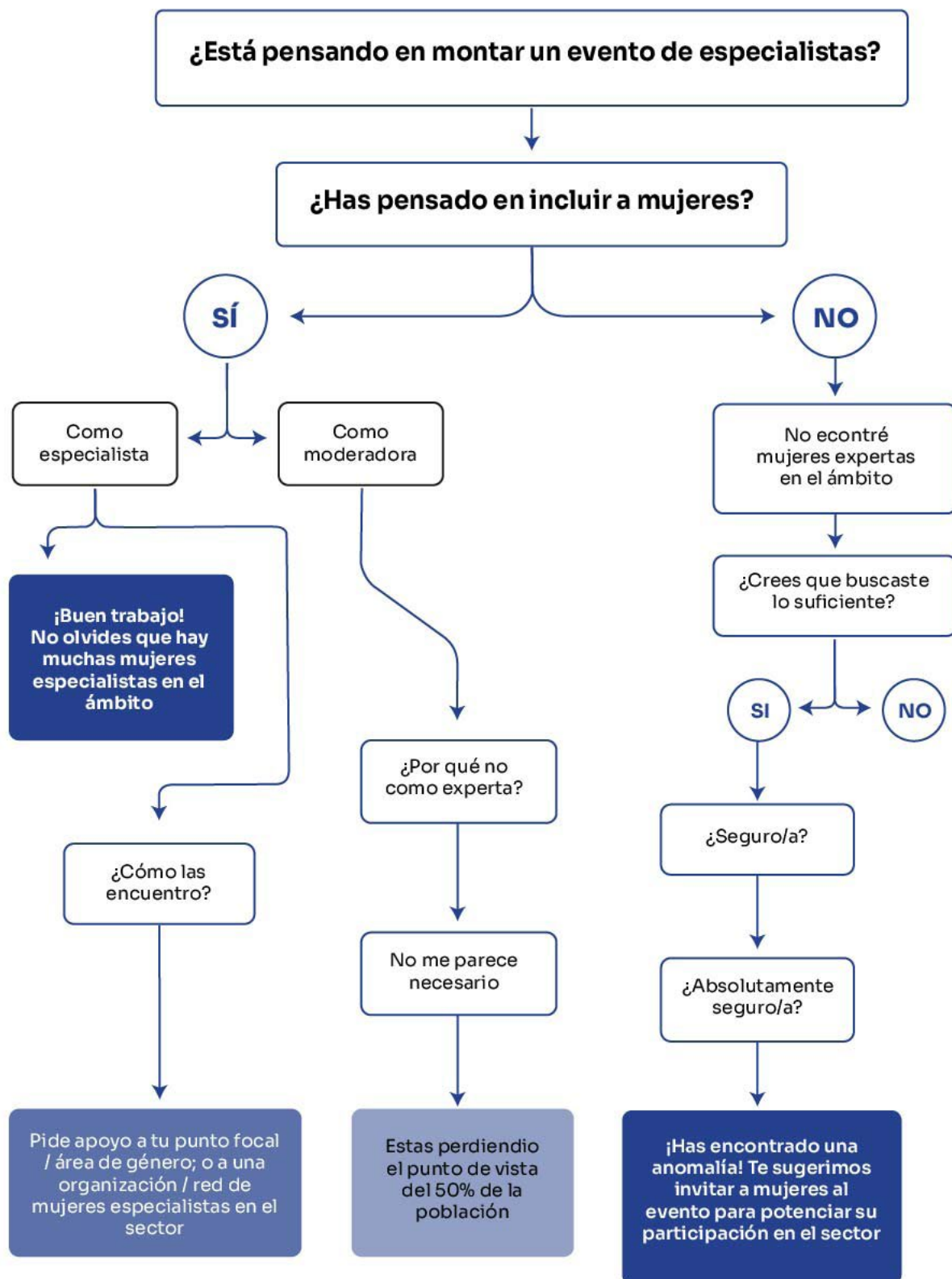
A continuación, presentamos algunas recomendaciones clave a seguir:

- Aplicar en la difusión y comunicación de la actividad las recomendaciones plasmadas en este documento en relación al lenguaje y uso de imágenes. Considerarlas, también, para la realización de las presentaciones, exposiciones y/o discursos del evento, y compartirlas con quienes participarán en las mesas o paneles como invitados/as.
- Realizar esfuerzos para que las mujeres participen, haciendo llegar las invitaciones y materiales comunicacionales a través de medios, canales y espacios utilizados por ellas.
- Apostar por una representación equilibrada entre las personas convocadas como ponentes y en calidad de expertos/as, según sexo, asegurando que el evento no contenga ningún panel o sesión en la cual las mujeres no participen.
- Evitar que las mujeres queden relegadas a roles de gestión o facilitadoras del evento (apoyo en el recibimiento, acceso y registro de asistentes, distribución de material, moderación de mesas, maestras de ceremonias o presentadoras, responsables de las actas posteriores, etc.) o moderación únicamente.
- Invitar ponentes mujeres para temas asociados tradicionalmente a cuestiones masculinas (economía, política, seguridad, ingeniería, tecnología, etc.) y varones para los temas asociados con los roles y estereotipos femeninos (educación, políticas sociales, enfermería, etc.).
- Solicitar a las personas expositoras la inclusión de temas vinculados a la igualdad de género, el impacto diferenciado sobre varones y mujeres y/o la visibilización de aportes realizados por las mujeres en los contenidos de las ponencias. Si no quedara suficientemente desarrollado este tema, es deseable que se asegure su inclusión y abordaje en el turno de preguntas o debate.
- Informar a las personas responsables de la moderación de la actividad y a las

personas conferencistas sobre la importancia de detectar y rebatir el sexismo ocasional, comportamientos y actitudes que promuevan estereotipos basados en el género y/o perpetúan un tratamiento desigual de personas, para que no se produzcan durante el evento. Dar la oportunidad de que varones y mujeres se alternen al hacer preguntas durante la instancia de intercambio.

- Procurar que el horario, lugar y otros aspectos logísticos para la realización de la actividad permitan la conciliación personal, familiar y laboral especialmente de las mujeres, que son las principales responsables de las tareas de cuidados.
- Priorizar, a la hora de seleccionar portavoces y/o embajadores/as, a aquellas personas que defienden abiertamente la igualdad de género y procurar dar voz a las mujeres en sus espacios de referencia. De igual forma, evitar la selección de personas que muestren actitudes o comportamientos contrarios a la igualdad de género. También es aconsejable chequear antecedentes negativos en su accionar o en declaraciones pasadas.
- Incorporar, a su vez, aspectos de accesibilidad e inclusión interseccional: accesibilidad para personas con discapacidad, intérprete de lengua de señas y considerar diversidades de género, étnicas, etarias, entre otras.

Figura 6. Diagrama de pasos para garantizar la equidad de género en un evento



Fuente: Segib, 2023, p. 11. Disponible en: https://www.segib.org/wp-content/uploads/Orientaciones_evento_con_PdG_OOIB.pdf

7. Aclaraciones complementarias

La perspectiva de género no debe contemplarse al final, como un elemento accesorio sino como parte de una estrategia consciente y buscada desde el inicio de toda acción de la organización.

Es prioritario que las acciones del MIEM sean más equitativas, tengan un mejor alcance y se alineen a los compromisos asumidos.

En caso de necesitar apoyo para incluirla, consultar a la Unidad de Desarrollo Social y Género del MIEM al respecto, a través del correo electrónico: secretaria.genero@miem.gub.uy

A continuación, se enlazan dos documentos elaborados por la Secretaría General Iberoamericana (Segib, 2023), conteniendo gran parte de los lineamientos base aquí recogidos para las comunicaciones y al momento de la planificación de eventos en el MIEM:

- [Orientaciones para el uso de un lenguaje inclusivo con perspectiva de género.](#)
- [Orientaciones para incorporar la perspectiva de género en los eventos.](#)

Referencias bibliográficas

Comisión Interdepartamental de Género del Congreso de Intendentes del Uruguay (2010). Guía de lenguaje inclusivo Comisión Interdepartamental de Género del Congreso de Intendentes del Uruguay. Disponible en:

https://archivo.mides.gub.uy/innovaportal/file/21498/1/15guia_de_lenguaje_inclusivo.pdf

Cook, R. & Cusack, S. (2010). Estereotipos de género. Perspectivas legales transnacionales. Disponible en: https://www.law.utoronto.ca/utfl_file/count/documents/reprohealth/estereotipos-de-genero.pdf

Han, B.C. (2007). La salvación de lo bello. Editorial, Herder. Barcelona, España.

GIG-CEJU (2020). Guía para Fiscalía sobre estereotipos de género y estándares internacionales sobre derechos de las mujeres. Disponible en: https://pmb.parlamento.gub.uy/pmb/opac_css/index.php?lvl=notice_display&id=102009

MGAP (s/f). Guía para aplicar la perspectiva de género en la comunicación agropecuaria. Disponible en:

https://www.gub.uy/ministerio-ganaderia-agricultura-pesca/sites/ministerio-ganaderia-agricultura-pesca/files/documentos/publicaciones/Gu%C3%ADa%20indicadores%20de%20comunicaci%C3%B3n%20PNG%20Agro_FINAL%20%281%29.pdf

Mides (2008). Rendición de cuentas de los avances en la ejecución del Primer Plan Nacional de Igualdad de Oportunidades y Derechos para presentar ante la Asamblea General - Ejercicio 2008. Disponible en: https://guiaderecursos.mides.gub.uy/innovaportal/file/19692/1/3_plan_igualdad_amigable.pdf

Mides (2023). Modelo de calidad con equidad de género. Cuarta versión. Disponible en: <https://www.gub.uy/ministerio-desarrollo-social/sites/ministerio-desarrollo-social/files/documentos/publicaciones/Modelo%20completoVF.pdf>

Naciones Unidas (s/f). Estereotipos de género. El ACNUDH y los derechos humanos de las mujeres y la igualdad de género. Disponible en: <https://www.ohchr.org/es/women/gender-stereotyping>

PNUD (2014). Manual de Género para Periodistas. Recomendaciones básicas para el ejercicio del periodismo con enfoque de género. Disponible en: <https://www.undp.org/es/latin-america/publicaciones/manual-de-genero-para-periodistas-recomendaciones-basicas-para-el-ejercicio-del-periodismo-con-enfoque-de-genero>

Segib (2023). Orientaciones para el uso de un lenguaje inclusivo con perspectiva de género en los Organismos Iberoamericanos. Disponible en: https://www.segib.org/wp-content/uploads/Lenguaje_inclusivo_de_genero_OOIB.pdf

Segib (2023). Orientaciones para incorporar la perspectiva de género en los eventos de los Organismos Iberoamericanos. Disponible en: https://www.segib.org/wp-content/uploads/Orientaciones_evento_con_PdG_OOIB.pdf

Anexo: Herramienta de chequeo

La siguiente constituye una lista para chequear si los productos de comunicación y actividades realizadas, o a realizar, incluyen la perspectiva de género. También permite clasificar cada ítem con un puntaje positivo o negativo. Si la sumatoria de todos los valores al final es igual o superior a +3 puede considerarse que el contenido la contempla.

| | |
|---|----|
| Existe presencia equilibrada de ambos sexos en el protagonismo del relato, guion o contenido. | +1 |
| Se incluyen imágenes o referencias escritas de mujeres en roles productivos y roles no tradicionales de género (liderando equipos, conduciendo eventos, realizando actividades vinculadas a áreas tecnológicas, científicas, etc). | +1 |
| Se incluyen imágenes o referencias escritas de varones en roles no tradicionales de género (en áreas domésticas y de cuidados, por ejemplo). | +1 |
| Se muestra diversidad de tipos de mujeres, referencias étnico-raciales, edades y cuerpos, condiciones, etc., evitando representarlas a través de perfiles hegemónicos y estereotipados. | +1 |
| Se incluyen alternativas al uso del genérico masculino como regla, con alternativas como las referencias genéricas inclusivas (por ejemplo: el funcionariado en lugar de los funcionarios); expresiones compuestas (las personas interesadas, en lugar de los interesados); pronombres sin género (quienes tengan interés, en lugar de los interesados); desdoblamientos (los/las). | +1 |
| Los mensajes tienen contenidos con pautas sexistas que adjudican roles y actitudes basándose en el sexo de la persona (por ejemplo: el varón es el mecánico, la mujer es la maestra o enfermera). | -2 |
| Se utiliza el sustantivo masculino cuando se refieren a personas cuya identidad de género es mujer (Rosario Smith, ingeniero, se refirió...) | -1 |
| Se muestra a mujeres en roles de liderazgo, toma de decisiones, empresariales, jefatura, entre otros. | +1 |
| Hay mensajes sexistas en la comunicación simbólica (lenguaje corporal y gestual, vestuario, acompañamiento musical, sonido ambiente). | -1 |
| Las mesas de jornadas, charlas, seminarios tienen más del 50 % de oradores varones | -1 |
| Se incluye a mujeres entre especialistas y autoridades para mesas y exposiciones en eventos públicos, buscando composiciones paritarias. | +1 |
| Fuente: MGAP (s/f). Guía para aplicar la perspectiva de género en la comunicación agropecuaria (pp. 11-12). | |



**Ministerio
de Industria,
Energía y Minería**



Ministerio de Industria, Energía y Minería
Unidad de Desarrollo Social y Género
Unidad de Comunicación Institucional