



SEMINARIO PRESENCIAL

# DIVERSIDAD EN ACCIÓN:

*Transformando  
Realidades a través de  
la Comunicación*

**26 - 27 NOV**

08:45 a 11:45 hrs.



**SEDE ICARE**

**2**

Sesiones



# OBJETIVOS

## *del Programa*

- Comprender en profundidad el concepto de interseccionalidad y reconocer su importancia crucial en la comunicación contemporánea.
- Analizar y reflexionar sobre las diversas dimensiones de la diversidad, entendiendo cómo estas pueden influir y enriquecer las estrategias de comunicación.
- Desarrollar habilidades prácticas para la creación de contenido que sea inclusivo y ético, asegurando que todas las voces sean escuchadas y respetadas.
- Participar en investigaciones personales y colaborativas, con el fin de explorar temas relevantes y actuales, aplicando los conocimientos adquiridos en un entorno real y colaborativo.

Este enfoque integral asegura que los participantes no solo se familiaricen con los principios de DEI, sino que también estén equipados para implementar estas prácticas en sus comunicaciones diarias, impactando positivamente en sus audiencias y contribuyendo a una sociedad más inclusiva.

**Metodología:** *La metodología del curso combina teoría, análisis crítico y práctica para ofrecer una experiencia de aprendizaje integral. Las clases teóricas brindarán la comprensión conceptos clave, mientras que las discusiones en grupo permitirán reflexionar y compartir perspectivas. El análisis de casos de estudio y medios actuales ayudará a aplicar los conceptos en contextos reales. La exposición se hará a través de presentaciones en powerpoint, asimismo, se utilizarán videos para incidir más aún en determinados aspectos del programa.*

# CONTENIDOS

## *del Programa*

### **Sesión I: Introducción y Fundamentos de la Teoría de la Interseccionalidad en la Comunicación**

#### **1.1 Introducción a la Teoría de la Interseccionalidad y la Comunicación**

**Objetivo:** Establecer un entendimiento común de la interseccionalidad y su relevancia en la comunicación.

**Definición de Interseccionalidad:** Explicación de la interseccionalidad como un marco teórico para entender cómo las diferentes formas de discriminación (como racismo, sexismo, homofobia, etc.) interactúan entre sí.

**Historia y Contexto:** Breve recorrido histórico sobre la interseccionalidad, destacando la contribución de Kimberlé Crenshaw.

**Aplicación en la Comunicación:** Ejemplos de cómo la interseccionalidad se puede aplicar en la creación de contenido comunicacional.

**Material de apoyo sugerido:** Patricia Hill Collins y Sirma Bilge, "Intersectionality".

Crenshaw, Kimberlé, Charla TED, "[La Urgencia de la Interseccionalidad](#)"

#### **1.2 Dimensiones de la Diversidad en la Comunicación**

**Objetivo:** Analizar cómo los diferentes aspectos de la identidad (género, orientación sexual, raza, discapacidad) se entrelazan y afectan en entorno.

**Explicación de Diversidad en la Comunicación:** Introducción a los principales ejes de la diversidad (género, orientación sexual, raza, discapacidad, edad, etc.) y su impacto en la comunicación.

**Estudios de Caso:** Análisis de casos donde la falta de enfoque interseccional en la comunicación ha llevado a errores o controversias, y ejemplos de marcas y medios que han abordado con éxito la interseccionalidad.

**Material de apoyo sugerido:** Cottle, Simon, "Reportaje global de crisis: Periodismo y comunicación en tiempos de crisis".

# CONTENIDOS

## *del Programa*

### **1.3 Actividad Grupal: La Importancia de la Interseccionalidad.**

**Objetivo:** Reflexionar sobre ejemplos y su aplicación en el entorno laboral de los participantes.

**Actividad:** Análisis en grupos sobre la importancia de la interseccionalidad en casos de estudio.

### **Sesión 2: Aplicaciones Prácticas y Dimensiones de la Diversidad en la Comunicación**

#### **2.1. Género y Representación en los Medios.**

**Objetivo:** Cómo los medios representan y pueden influir en la percepción del género.

**Análisis Crítico de Medios:** Ejemplos de análisis de cómo los medios representan el género, incluyendo casos tanto positivos como negativos

**Estadísticas y Datos:** Presentación de estadísticas sobre la representación de género en los medios de comunicación y publicidad.

**Herramientas de Evaluación:** Métodos para evaluar la representación de género en el contenido mediático y cómo aplicar una perspectiva de género en la creación de contenido.

#### **Material de apoyo sugerido:**

Diccionario Belong y podcast, capítulo Género ([www.belong.cl](http://www.belong.cl)).

Michael Kimmel, "The Gendered Society".

Amado, Adriana, "Género y comunicación: de las representaciones a las prácticas de género".

#### **2.2. Orientación Sexual y Representación Mediática.**

**Objetivo:** Representación mediática de diversas orientaciones sexuales.

**Mapeo de la Representación:** Análisis de cómo diversas orientaciones sexuales han sido representadas en la publicidad y medios de comunicación.

**Estudios de Caso:** Ejemplos de campañas que han sido inclusivas o exclusivas respecto a la orientación sexual.

# CONTENIDOS

## *del Programa*

### Material de apoyo sugerido:

Diccionario Belong y podcast, capítulo Comunidad LGBTQI+ ([www.belong.cl](http://www.belong.cl))  
Annamarie Jagos, "Queer Theory: An Introduction".

### 2.3. Edadismo y Comunicación.

**Objetivo:** Cómo los medios perpetúan o desafían el edadismo.

**Estudios y Análisis:** Ejemplos y análisis sobre cómo los medios perpetúan el edadismo y los estereotipos relacionados con la edad.

**Guías de Mejores Prácticas:** Ejemplos y guías sobre cómo evitar el edadismo en la comunicación.

**Ejercicios de Reflexión:** Actividades en las que los participantes puedan analizar sus propios prejuicios sobre la edad en la creación de contenido.

### Material de apoyo sugerido:

Diccionario Belong y podcast, capítulo Edadismo ([www.belong.cl](http://www.belong.cl))  
Ashton Applewhite, "This Chair Rocks: A Manifiesto Against Ageism".

### 2.4. Cuerpos Disidentes en la Comunicación.

**Objetivo:** Explorar la inclusión y representación de cuerpos no normativos.

### Exploración de la Diversidad Corporal:

Análisis de cómo los cuerpos no normativos son representados en la publicidad y medios de comunicación.

**Estudios de Casos:** Ejemplos de campañas que han abordado la diversidad corporal, tanto positivas como negativas.

### Material de apoyo sugerido:

Diccionario Belong y podcast, capítulo Cuerpos Disidentes ([www.belong.cl](http://www.belong.cl)).  
Judith Butler, "Bodies That Matter".



**Relator**  
**Carolina**  
**Pinheiro**

Es una profesional con 20 años de experiencia en derecho y publicidad. Como socia y co-fundadora de la agencia Inbrax, ha liderado su posicionamiento como una de las agencias independientes más creativas de Chile, recibiendo múltiples premios tanto a nivel nacional como internacional. Bajo su liderazgo, Inbrax ha sido reconocida como la Agencia Independiente del Año en varios festivales importantes, como TopFICE (agencia del año 2020, 2022 y 2023). Además de su rol en la agencia, Carolina ha escrito artículos para diversas revistas especializadas en marketing en Chile y en el extranjero, lo que refuerza su reconocimiento y autoridad en el ámbito publicitario. Ha sido reconocida como Líder Creativa 2023 por Empresas Creativas de Chile, una de las 100 Mujeres Líderes en 2022 y fue la primera mujer en ganar el MKTG BEST 2020 como mejor CEO de Agencia de Publicidad, y "Best Leader in Marketing – Agency Side" en Londres. Es directora en la AMDD y Conar, y miembro del Círculo de Personas de Icare. Posee un Magíster en Derecho, un Diplomado en Tratado de Libre Comercio Chile-EEUU, un Magíster en Gestión de Marketing y un LLM en Derecho de los Negocios, además de estudios en Diversidad e Inclusión. Es profesora en la Universidad de Santiago y ha sido jurado en numerosos premios internacionales. Actualmente lidera Belong Communication Lab, una consultora enfocada en desarrollar campañas comunicacionales y productos con un enfoque en diversidad, inclusión y sentido de pertenencia.

# INFORMACIÓN

## *e inscripciones*

|                              |  |
|------------------------------|--|
| <b>Fecha de inicio</b>       | Martes 26 de noviembre de 2024                       |
| <b>Fecha de término</b>      | Miércoles 27 de noviembre de 2024                    |
| <b>Días</b>                  | Martes y miércoles                                   |
| <b>Horario</b>               | 8:45 a 11:45 hrs. (café de bienvenida 8:30 hrs.)     |
| <b>Duración</b>              | 6 horas (2 sesiones de 3 horas c/u)                  |
| <b>Modalidad</b>             | Presencial   |
| <b>Lugar</b>                 | Sede ICARE (Apoquindo 3650, piso zócalo, Las Condes) |
| <b>Valor general</b>         | \$188.000  |
| <b>Valor Socios de ICARE</b> | \$132.000  |
| <b>Descuentos</b>            | 15% de descuento por 3 o más inscripciones           |

**+ INFO  
& INSCRIPCIONES**

### **INSCRIPCIONES A:**

Capacitación ICARE Ltda.

RUT: 76.619.580-6

Teléfonos: 22280 5311 - 22280 5329

Email: [seminarios@icare.cl](mailto:seminarios@icare.cl)