

Comunicació i Estudis de Gènere

2013/2014

Codi: 103101

Crèdits: 6

Titulació	Tipus	Curs	Semestre
2501933 Periodisme	OT	0	0

Professor de contacte

Nom: Juana Gallego Ayala

Correu electrònic: Joana.Gallego@uab.cat

Utilització d'idiomes

Llengua vehicular majoritària: espanyol (spa)

Algun grup íntegre en anglès: No

Algun grup íntegre en català: No

Algun grup íntegre en espanyol: Sí

Prerequisits

No hi ha requisits específics, tot i que l'alumnat que triï aquesta assignatura ha d'estar interessat per les desigualtats per raó de gènere i les possibilitats de canvi social

Objectius

Aquesta assignatura està inclosa dins la matèria global "Teoria, història i estructura de la comunicació" però a la memòria del Grau de Periodisme no està suficientment definida, per la qual cosa passo a definir els objectius específics d'aquesta matèria.

Reflexionar sobre la importància que els mitjans de comunicació tenen a l'hora de produir, reproduir i perpetuar (o canviar) els rols de gènere.

Els mitjans són importants instruments de socialització, creadors i reproduïdors de l'imaginari col·lectiu, però també de les bases cognitives de la societat.

Reflexionar sobre la importància cabdal que adquireixen els continguts que es vehiculen i sobre la repercussió que tenen en les identitats de gènere.

En aquesta assignatura es reflexionarà sobre com els mitjans de comunicació s'han convertit en el gran fòrum estratègic on es discuteixen les qüestions i problemes socials més importants, i sobre la transcendència i importància que per a conformar les identitats de gènere tenen els continguts vehiculats a través dels mitjans de comunicació.

Aquesta assignatura tractarà des d'una perspectiva de gènere els continguts de la premsa diària en paper i digitals, els informatius radiofònics i televisius, els programes d'entreteniment de ràdio i de televisió, la premsa femenina i masculina, la publicitat, les sèries de televisió, el cinema i internet com a nova eina d'acció social.

Competències

Periodisme

- Aplicar el mètode científic adequadament, plantejar hipòtesis relatives a la comunicació periodística, validar i verificar les idees i els conceptes, i ressenyar correctament les fonts.
- Aplicar el pensament científic amb rigor.

- Demostrar consciència ètica i empatia amb l'entorn.
- Desenvolupar un pensament i un raonament crítics i saber comunicar-los de manera efectiva, tant en català i castellà com en una tercera llengua.
- Divulgar els coneixements i les innovacions de l'àrea.
- Generar propostes innovadores i competitives en la recerca i en l'activitat professional.
- Respectar la diversitat i la pluralitat d'idees, persones i situacions.

Resultats d'aprenentatge

1. Aplicar de manera transversal els mètodes científics en l'anàlisi de la relació entre canvi tecnològic, el canvi social i accessibilitat als mitjans.
2. Aplicar el pensament científic amb rigor.
3. Demostrar consciència ètica i empatia amb l'entorn.
4. Desenvolupar un pensament i un raonament crítics i saber comunicar-los de manera efectiva, tant en català i castellà com en una tercera llengua.
5. Divulgar els coneixements i les innovacions de l'àrea.
6. Generar propostes innovadores i competitives en la recerca i en l'activitat professional.
7. Respectar la diversitat i la pluralitat d'idees, persones i situacions.

Continguts

Tema 1. Els mitjans de comunicació com a nou fòrum estratègic de producció de sentit. El sistema sexe/gènere i la importància dels mitjans en la creació, reproducció o conformació de les identitats de gènere

Tema 2. Producció informativa i transmissió de estereotips de gènere. Els agents productors de la informació i la cultura professional periodística. Mecanisme que operen en la reproducció d'estereotips de gènere.

Tema 3. Tractament asimètric d'homes i dones en la informació. Proposta per a eliminar el tractament estereotipat en la informació i en els programes d'entreteniment. El cas específic de l'esport femení.

Tema 4. Què és la perspectiva de gènere i com s'aplica a la informació. Diferents formes d'abordarla.

Tema 5. La publicitat: discurs eufòric. Models masculins i femenins recurrents en la publicitat. Recorregut històric pels models proposats des dels inicis d'aquesta activitat.

Tema 6. La premsa femenina i masculina i com contribueixen a reforçar (o canviar) les identitats de gènere

Tema 7. Les sèries de televisió, els programes d'entreteniment i els nous rols de gènere. Diferències en la representació dels gèneres en els programes televisius.

Tema 8. El cinema i la transmissió de rols de gènere masculins i femenins. Arquetipus, mites i estereotips recurrents. La violència contra les dones en el cinema.

Tema 9. La Llei d'Igualtat i la Llei de Publicitat com a mecanismes correctors de la comunicació, la informació i la publicitat sexista.

Tema 10. Tendències de futur en la comunicació, la informació i en la publicitat. Com abordar un Pla d'Igualtat o un Informe amb Impacte de Gènere.

Metodologia

La metodologia del curs serà la següent:

a) Durant les classes teòriques, a part de l'explicació dels conceptes i teories pròpies de la matèria, es projectarà (o proporcionarà, segons els casos) un document audiovisual o escrit que servirà com a punt de partida per a la reflexió posterior (2 hores)

b) En la classe posterior a la part teòrica (seminari o classe pràctica) caldrà analitzar el document visualitzat

omplint una fitxa que la professora prepararà ad-hoc per a cada tipus de document (audiovisual o escrit) (1 hora)

c) L'alumne haurà de pensar en un tema sobre el qual haurà d'investigar, llegir i cercar informació per tal de redactar un "paper" d'unes 2.500 paraules, que necessàriament ha de tenir relació amb els documents visualitzats o comentats durant les classes teòriques i/o pràctiques. (Aquest text correspondria al 50% de la nota final)

En casos excepcionals la professora proposarà l'abordatge d'un treball col·lectiu, i que substituiria el treball individual.

Activitats formatives

Títol	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Tipus: Dirigides			
Discussió i participació en les classes teòriques i/o seminaris	51	2,04	3, 4, 7
Tipus: Supervisades			
Seguiment de treballs, orientació, tutories i activitats d'avaluació	16	0,64	2, 3, 6
Tipus: Autònomes			
Lecturas, recerca d'informació i elaboració d'un text analític-argumentatiu (paper) d'unes 2.500 paraules sobre un aspecte del programa, previament acordat amb la professora.	83	3,32	2, 4, 5

Avaluació

L'avaluació serà continuada i constarà de les tres parts amunt esmentades:

1. La participació i reflexió sobre els temes explicats a les classes teòriques i/o seminaris (15% de la nota final) (Es requereix la presència al menys en el 75% de les sessions de l'assignatura)
2. L'anàlisi dels productes o formats comunicatius (informatius, publicitaris o de qualsevol altre tipus) presentats durant els seminaris pràctics (25% de la nota final) . Aquestes anàlisis es faran en una fitxa específica per a cada text analitzat, i caldrà fer al menys el 75% dels documents possibles a analitzar.
3. L'elaboració individual d'un text (paper) d'unes 2.500 paraules amb un estil analític, argumentatiu i reflexiu sobre algun tema del programa triat per l'alumne d'acord amb la professora (50% de la nota final).
4. Seguiment de treballs i tutories (5%)
5. Activitats d'avaluació (5%)

Excepcionalment es podrà plantejar la possibilitat d'un treball col·lectiu dirigit per la professora sobre temes d'interès social del moment relacionats amb el temari. La participació en aquests treballs substituirien l'elaboració dels papers explicats en el punt. 3.

Activitats d'avaluació

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
-------	-----	-------	------	--------------------------

Activitats d'avaluació	5	0	0	2, 4
Anàlisi i resolució de problemes plantejats en els seminaris o classes pràctiques	25	0	0	1, 2, 3, 7
Elaboració d'un text analític-argumentatiu d'unes 2500 paraules sobre un aspecte del programa	50	0	0	2, 4, 5
Participació en les discussions plantejades durant les classes teòriques	15	0	0	3, 4, 7
Tutories i seguiment de treballs	5	0	0	2

Bibliografia

BIGLIOGRAFIA BÀSICA:

BACH, Marta (coordinadora): El Sexo de la noticia. Reflexiones sobre el género en la información y recomendaciones de estilo, Barcelona, Icaria (2000).

BYERLY, C. (Ed.) The Palgrave Handbook of Women and Journalism, Basingstoke, UK: Palgrave Macmillan (2013)

CAC/ICD, Gènere i mitjans de comunicació. Eines per visibilitzar les aportacions de les dones, CAC, ICD, Col·legi de Periodistes de Catalunya, Barcelona (2011).

EUROPEAN COMMISSION, "Breaking gender stereotypes in the media" Advisory Committee on Equal Opportunities for Women and Men (2010).

GALLEGO, Juana: De reinas a ciudadanas. Medios de comunicación, ¿motor o rémora para la igualdad? Aresta Ediciones, Barcelona (2013).

GALLEGO, Juana: Eva devuelve la costilla. El nuevo estado de conciencia de las mujeres, Icaria, Barcelona (2010)

GALLEGO, Juana: Si te vas, te mato. Mujeres que murieron por su libertad, Icaria, Barcelona, (2009)

GALLEGO, Juana (directora): La prensa por dentro. Producción informativa y transmisión de estereotipos de género, Barcelona, Los Libros de la Frontera (2002).

GALLEGO, Juana "La prensa femenina, una cala de difícil abordaje" en Prensa especializada actual. Doce calas, McGraw Hill, Madrid (2008)

GALLEGO, Juana: Mujeres de papel. De ¡Hola! A Vogue, la prensafemenina en la actualidad. Icaria, Barcelona (1990)

IJF, Getting the Balance. Gender Equality in Journalism, International Journalists Federation, Brussels (2009)

IWMF, Global Report on Status of Women in the News Media, International Women Media Foundation, Washington (2010) www.iwmf.org

LLEDÓ, Eulàlia: Cambio lingüístico y prensa, Laertes, Barcelona, 2013

SUBIRATS, Marina Forjar un hombre, modelar una mujer, Aresta Editorial, Barcelona (2013)

WACC, Who makes the News, www.whomakesthenews.org

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTÀRIA:

GALLAGHER, Margaret et al.: Screening Gender (Guía de buenas prácticas sobre género en televisión),

Bruselas, Comunidad Europea, (2001).

GALLEGO, Juana: Putas de película. Cien años de prostitución en el cine, Barcelona, Luces de Gálibo, Barcelona (2012)

GALLEGO, Juana: "Cine y prostitución: Una lectura del sexo de pago en la ficción cinematográfica". Quaderns del CAC, número 35, diciembre, pp- 63-71, (2010) (versió en català i anglès)

<http://www.cac.cat/web/recerca/quaderns/hemeroteca/detall.jsp?NDg%3D&>

LLEDÒ, Eulàlia: Como tratar bien los malos tratos en los medios de comunicación, Sevilla, Instituto de la Mujer de Andalucía (1999)

GILL, Rosalind Gender and the Media, Polity Press, Cambridge (2007)

GARRIDO, María: Revistas femeninas de gama alta. Crónica de un desdén, Comunicación Social, Salamanca (2013)

LOPEZ, Pilar: Manual de información en género, IORTV, Madrid (200?)

MENÉNDEZ, I. El cuarto poder, ¿un poder de mujeres? Oviedo, Milenta. (prólogo de Amelia Valcárcel), (2003)

UNIÓ DE PERIODISTES VALENCIANS, Noticias con lazo blanco. Manual para periodistas sobre la violencia doméstica, Generalitat Valenciana, Conselleria de Benestar Social, (2002).