

Gènere, Comunicació i Canvi Social

Codi: 42444
Crèdits: 6

Titulació	Tipus	Curs	Semestre
4313227 Mitjans, Comunicació i Cultura	OT	0	2

Professor/a de contacte

Nom: Juana Gallego Ayala

Correu electrònic: Joana.Gallego@uab.cat

Utilització d'idiomes a l'assignatura

Llengua vehicular majoritària: espanyol (spa)

Altres indicacions sobre les llengües

Indiferent l'ús del català a la classe, tant per part de l'alumnat com de la professora

Prerequisits

No hi ha cap requisit específic, però les persones que cursin aquest mòdul haurien d'estar familiaritzades amb els conceptes bàsics de sexe i gènere i interessades per les desigualtats derivades per raó del sistema sexe/gènere. Aquesta assignatura es fa tota ella des de la perspectiva de gènere.

Objectius

El mòdul "Gènere, Comunicació i canvi social" se centra en l'estudi, la reflexió i l'anàlisi dels tres conceptes continguts en l'enunciat de l'assignatura. Posa en relació la identitat de gènere amb el món de la comunicació i com aquesta dialèctica dificulta o afavoreix el canvi social.

Els mitjans de comunicació són importants instruments de producció i reproducció de l'imaginari col·lectiu, en el qual els estereotips de gènere tenen un gran pes en la percepció social dels homes i les dones concrets i reals. Aquest mòdul analitza el discurs dels mitjans de comunicació com a fòrums estratègics de producció de sentit, a la vegada que reflexiona sobre la responsabilitat dels mateixos en la permanència o el canvi de les imatges i estereotips de gènere.

Objectius:

a) Analitzar i reflexionar sobre els continguts dels mitjans de comunicació des d'una perspectiva de gènere. Els mitjans proposen lectures de la realitat que condicionen la percepció social dels fenòmens, i reproduïxen les bases cognitives de la societat.

b) Estudiar la interdependència entre els mitjans de comunicació i la societat i com es manté, es produeix i reproduïx el canvi social pel que fa a les identitats de gènere

Competències

- Comprendre i tenir coneixements que aportin una base o una oportunitat per desenvolupar i/o aplicar idees de manera original, sovint en un context de recerca
- Que els estudiants tinguin les habilitats d'aprenentatge que els permetin continuar estudiant, en gran manera, amb treball autònom a autodirigit.

- Saber analitzar l'impacte de les estratègies dels grups mediàtics en els processos de comunicació social a fi de promoure noves formes de cultura i comunicació participatives
- Saber analitzar les noves formes de comunicació social generades per les TIC (tecnologies de la informació i de la comunicació) a fi d'innovar en les pràctiques de producció mediàtica i cultural i resoldre els problemes plantejats en els nous entorns.
- Ser capaç de planificar, dirigir i avaluar estratègies comunicatives mediàtiques per construir temes informatius complexos.
- Treballar en equips de caràcter interdisciplinari i dirigir-los

Resultats d'aprenentatge

1. Aplicar l'anàlisi crítica del discurs a productes mediàtics concrets
2. Comprendre i tenir coneixements que aportin una base o una oportunitat per desenvolupar i/o aplicar idees de manera original, sovint en un context de recerca
3. Elaborar campanyes de comunicació per a entitats o organismes aplicant la perspectiva de gènere
4. Elaborar treballs de recerca sobre els diferents aspectes relacionats amb el gènere i la comunicació
5. Identificar els continguts de caràcter sexista i/o discriminatori en els productes mediàtics
6. Produir continguts mediàtics escrits o audiovisuals aplicant la perspectiva de gènere
7. Que els estudiants tinguin les habilitats d'aprenentatge que els permetin continuar estudiant, en gran manera, amb treball autònom a autodirigit.
8. Reconèixer els mecanismes de transmissió d'estereotips de gènere en els diversos productes mediàtics i de comunicació
9. Treballar en equips de caràcter interdisciplinari i dirigir-los

Continguts

Breu descripció dels continguts:

1. Conceptes bàsics en matèria de gènere. El sistema sexe/gènere. Socialització i identitat de gènere. Mites, Arquetipus i Estereotips. Els rols de gènere.
2. La comunicació com a nou fòrum estratègic de poder i influència social, i la seva responsabilitat en la producció i reproducció de l'imaginari col·lectiu: Les diferents modalitats comunicatives. Informació. Publicitat. Entreteniment. Cinema, Nous formats comunicatius. L'aparició d'internet com a eix de la comunicació.
3. Divisió social de l'espai: esfera pública i esfera privada. Discursos diferents per a espais diferents. Premsa d'informació general versus premsa femenina i familiar
4. Els agents productors d'informació: mecanismes de producció i reproducció dels estereotips de gènere. La composició dels mitjans de comunicació. El sostre de vidre de la professió. Informes internacionals, estatals, regionals i altres.
4. Asimetria en la representació de gènere: Ells fan. Elles són. Informes internacionals, europeus, d'àmbil espanyol i català. Diferència de tractament en la informació. El cas de la informació esportiva.
5. Aplicació de la perspectiva de gènere a la informació. Recomanacions per a evitar el tractament estereotipat d'homes i dones a la informació. El cas de la violència de gènere i el seu tractament mediàtic.
6. La publicitat, discurs eufòric. Models masculins i femenins recurrents. Origen i evolució dels models d'identificació en la publicitat i el seu impacte en la societat. Valors suprems del discurs publicitari. La llei de Publicitat. Nous corrents publicitaris.
7. L'entreteniment i la ficció. Sèries televisives i estereotips de gènere: els nous models de masculinitat i feminitat.
8. Nous formats comunicatius: l'impacte de les Xarxes socials en el sistema comunicatiu. Altres formats: videoclips, youtube, web sèries, etc.

9. El Cinema. Importància de la ficció en la construcció de l'imaginari social. Rols recurrents masculins i femenins en la ficció cinematogràfica. El cas de la prostitució en el cinema.

10. Responsabilitat dels mitjans, nous corrents d'opinió sobre sexisme i mitjans. Les respostes creatives de la societat davant el sexisme als mitjans. Perspectives de futur.

Metodologia

La metodologia serà la següent

- a) Explicació teòrica sobre els conceptes bàsics i fonamentals de l'assignatura (2 hores)
- b) La part pràctica consistirà en l'anàlisi i la discussió dels encarrècs que s'hagin fet en la sessió prèvia (1 hora). Les pràctiques s'han d'exposar i discutir a classe.
- d) S'ha de llegir alguns textos bàsics que figuren a la bibliografia per a comentar-los al llarg del curs.

Activitats formatives

Títol	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Tipus: Dirigides			
Discussió de temes concrets sobre productes mediàtics	0	0	1, 3, 8, 9
Explicació de conceptes teòrics de l'assignatura	0	0	1, 2, 8
Tipus: Autònomes			
Lectures de textos bàsics i complementaris de la bibliografia	0	0	1, 2, 3, 7, 9
Recerca i explicació d'exemple mediàtics a analitzar a la classe	0	0	3, 8, 9

Avaluació

L'avaluació es farà mitjançant:

A. L'elaboració de diferents textos analítics sobre els diferents temes abordats en el programa que es vagin tractant en cada sessió. Es calcula que es podran fer de 8 a 10 pràctiques diferents (Aquestes pràctiques tenen un pes d'un 45% de la nota final)

B. Elaboració d'un text argumentatiu/ assagístic sobre algun punt abordat en el programa, a elecció de l'estudiantat. (Aquest text té un pes d'un 35% de la nota final)

C. La exposició i defensa oral durant les sessions pràctiques dels textos elaborats. (L'exposició orals de les pràctiques té un pes d'un 20% de la nota final).

S'haurà d'haver exposat almenys el 70% de les pràctiques realitzades.

D. L'assistència i participació activa a classe també serà un element important per a l'avaluació final, a les quals caldrà haver assistit almenys al 75% de les sessions.

Procediment per a reavaluació:

Una cop finalitzat el curs, si l'alumnat no té el 75% de les pràctiques aprovades, o no les hagués fet, haurà de fer-les o reelaborar-les en el termini de 3 setmanes després de finalitzades les sessions teòriques.

Si hagués obtingut menys d'un 3,5, a més de recuperar les pràctiques suspeses, o no elaborades, haurà de fer un examen final sobre els punts establerts en el programa.

Activitats d'avaluació

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Defensa oral a la classe de les pràctiques realitzades durant el curs	20%	30	1,2	2, 4, 6, 7
Elaboració d'un text argumentatiu d'unes 1000 paraules sobre algun punt abordat en el programa	35%	70	2,8	1, 2, 3, 9
Elaboració de diferents textos analítics sobre els diferents temes abordats en el programa	45%	50	2	1, 5, 6, 8

Bibliografia

BERNAL-TRIVIÑO, Ana, *Hacia una comunicación feminista. Como informar e informarse sobre violencia machista*, Barcelona, UOC (2019)

BERNARDEZ, Asunción, *Mujeres en Medio(s). Propuesta para analizar la comunicación masiva con perspectiva de género*, Madrid, Fundamentos, (2015)

BYERLY, Carolyn, (ed.) *The International Handbook of Women and Journalism*, Palgrave-MacMillan, Washington, (USA) (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 AYALA, Juana, "Retos académicos y profesionales para una comunicación con perspectiva de género", en *Comunicación y Género*, Madrid, Ameco (2018).

GALLEGO, Juana y LUENGO, María, *Periodismo social*. Madrid, Síntesis (2014)

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

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

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

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

GAMEZ, M. José y MASEDA, Rebeca, *Gender Violence in Spanish Culture. From Vulnerability to Accountability*, Peter Lang, New York. (2018)

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.o

ROSS, Karen, y PADOVANI, Claudia, *Gender Equality and the Media. A Challenge for Europe*, Routledge, New York, 2017

UNESCO, *Indicadores de género para medios de comunicación*, París, (2014)

WACC, *Who makes the News*, www.whomakesthenews.org 2005, 2010

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA:

BUTLER, Judit, *El género en disputa. El feminismo y la subversión de la identidad*. Barcelona, Paidós (2007).

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 (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&MQ%3D%3D&Jyc%3D&MzY%3D>

JORGE, Ana *Mujeres en los medios, mujeres de los medios*, Barcelona, icaria, 2004.

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

LLEDÓ, Eulàlia, *Cambio lingüístico y prensa*. Barcelona:Laertes, (2013).

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

LOPEZ, Pilar (200) *Manual de información en género*, IORTV, Madrid.

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

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

VV.AA. (2003) *Arrinconando estereotipos en los medios de comunicación y publicidad*. Madrid, Comunidad de Madrid/Comisión Europea.

VV.AA. (2002) *Mujeres, hombres y medios de comunicación*, (4 Vols). Valladolid, Lex Nova. Junta de Castilla y León