

**Comunicación y Estudios de Género**

Código: 103101  
Créditos ECTS: 6

Titulación	Tipo	Curso	Semestre
2501933 Periodismo	OT	4	0

La metodología docente y la evaluación propuestas en la guía pueden experimentar alguna modificación en función de las restricciones a la presencialidad que impongan las autoridades sanitarias.

**Contacto**

Nombre: Juana Gallego Ayala  
Correo electrónico: Joana.Gallego@uab.cat

**Uso de idiomas**

Lengua vehicular mayoritaria: español (spa)  
Algún grupo íntegramente en inglés: No  
Algún grupo íntegramente en catalán: No  
Algún grupo íntegramente en español: Sí

**Otras observaciones sobre los idiomas**

Uso indiferente de catalán y castellano tanto por parte de la profesora como por parte del alumnado

**Prerequisitos**

No hay requisitos específicos aunque el alumnado que elija esta asignatura tiene que estar interesado en las desigualdades por razón de género y por las posibilidades de cambio social. Toda la asignatura está enfocada desde la perspectiva de género.

**Objetivos y contextualización**

Los objetivos de esta asignatura son:

Abrir un espacio de reflexión general sobre el dimorfismo biológico y cultural (el sistema de sexo/género) y las implicaciones que para las personas tiene esta dicotomía sexual. El proceso de socialización y las diferentes instancias que participan en el mismo y que nos transformarán en sujetos dotados de un género determinado: familia, escuela, iglesia, instituciones culturales, políticas, sociales y medios de comunicación

El objetivo específico es reflexionar sobre la importancia que los medios de comunicación tienen a la hora de producir y reproducir y perpetuar (o cambiar) los roles de género. Los medios son importantes instrumentos de socialización, creadores y reproductores del imaginario colectivo, pero también reproducen las bases cognitivas de la sociedad. Reflexionar sobre la importancia crucial que adquieren los contenidos que se vehiculen y sobre la repercusión que tienen en la conformación de las identidades humanas.

En esta asignatura se reflexionará sobre cómo los medios de comunicación se han convertido en el gran forum estratégico donde se discuten las cuestiones y problemas sociales más importantes, y sobre la trascendencia e importancia que adquieren para conformar las identidades de género.

Esta asignatura tratará desde una perspectiva de género los contenidos de la prensa diaria, digital y en papel, los informativos radiofónicos y televisivos, los programas de entretenimiento de radio y televisión, la publicidad, las series de televisión, el cine, los videoclips, internet y las redes sociales como nueva herramienta de acción social.

## Competencias

- Aplicar el método científico de forma adecuada, planteando hipótesis relativas a la comunicación periodística, validando y verificando las ideas y conceptos, y reseñando correctamente las fuentes.
- Aplicar el pensamiento científico con rigor.
- Demostrar conciencia ética así como empatía con el entorno.
- Desarrollar un pensamiento y un razonamiento críticos y saber comunicarlos de manera efectiva, tanto en catalán y castellano como en una tercera lengua.
- Diferenciar las principales teorías de la disciplina, sus campos, las elaboraciones conceptuales, los marcos y enfoques teóricos que fundamentan el conocimiento de la materia y sus diferentes ámbitos y subáreas, y adquirir un conocimiento sistemático de la estructura de los medios de comunicación.
- Divulgar los conocimientos e innovaciones del área.
- Generar propuestas innovadoras y competitivas en la investigación y en la actividad profesional.
- Respetar la diversidad y pluralidad de ideas, personas y situaciones.

## Resultados de aprendizaje

1. Aplicar de forma transversal los métodos científicos en el análisis de la relación entre cambio tecnológico y accesibilidad a los medios.
2. Aplicar el pensamiento científico con rigor.
3. Demostrar consciència ètica i empatia amb l'entorn.
4. Desarrollar un pensamiento y un razonamiento críticos y saber comunicarlos de manera efectiva, tanto en catalán y castellano como en una tercera lengua.
5. Divulgar los conocimientos e innovaciones del área.
6. Generar propuestas innovadoras y competitivas en la investigación y en la actividad profesional.
7. Respetar la diversidad y pluralidad de ideas, personas y situaciones.
8. Valorar los impactos sociales de la mediación tecnológica en la comunicación contemporánea.

## Contenido

Contenidos:

Tema 1. El sistema sexo/género y la importancia de los medios de comunicación en la creación, reproducción y conformación de las identidades de género. El proceso de socialización mediante la familia, la escuela, las instituciones sociales, políticas y culturales. La producción y reproducción del conocimiento desde una perspectiva androcéntrica. Arquetipos, Mitos y Estereotipos.

Tema 2. Los medios de comunicación como el nuevo foro estratégico de producción de sentido. La importancia de los medios de comunicación en la reproducción de roles de género. La situación de la libertad de expresión en el mundo.

Tema 3. Producción informativa y transmisión de estereotipos de género. Los agentes productores de la información. La cultura profesional periodística. Contexto internacional y nacional. Los estudios más relevantes nacionales e internacionales. El techo de cristal y el suelo pegajoso.

Tema 4. Representación y género. Tratamiento asimétrico de hombres y mujeres en los medios de comunicación y en otros productos comunicativos. El caso específico del deporte femenino. La invisibilidad de otras identidades de género.

Tema 5. El tratamiento de la violencia contra las mujeres. Diferentes tipos de violencia. La violencia de género. Cómo abordar las violencias sexuales en los medios de comunicación. El Marco legal internacional, español y catalán. La violencia contra otros colectivos vulnerables.

Tema 6. Qué es la perspectiva de género y cómo se aplica en la información. Diferentes formas de abordarla. Propuestas para eliminar el tratamiento estereotipado en la información y en los programas de entretenimiento.

Tema 7. La publicidad: discurso eufórico. Modelos masculinos y femeninos recurrentes en la publicidad. Recorrido histórico por los modelos propuestos desde los inicios de esta actividad. La publicidad exterior. Impacto de la publicidad en la sociedad desde la perspectiva de género. La ley de Publicidad. Femvertising.

Tema 8. Les series de televisión, la llegada de las nuevas series de calidad y los cambios en los hábitos de consumo de productos audiovisuales. Las nuevas series y los modelos de género propuestos. Los programas de entretenimiento y roles de género. Otros formatos. Hombres y mujeres en los videoclips y las webseries.

Tema 9. El cine y la transmisión de los roles masculinos y femeninos. Figuras y Motivos recurrentes en los discursos cinematográficos. Las nuevas propuestas de roles de género. La violencia contra las mujeres en el cine.

Tema 10. Usos creativos y alternativos de los medios de comunicación. Las redes sociales y los nuevos recursos de denuncia al alcance de la sociedad. Tendencias de futuro en la comunicación, la información y la publicidad.

## Metodología

La metodología del curso será la siguiente:

a) Durante las clases teóricas (2 horas) se hará una explicación de un tema del programa. Se encargará una tarea que habrá que desarrollar durante la semana y que habrá que comentar en la sesión práctica de la clase siguiente.

b) En la segunda parte de la clase (1 hora) habrá que comentar la tarea previamente encargada en la clase anterior. Durante esta hora, y según las posibilidades temporales, el alumnado, expondrá el resultado de la tarea encargada, ya sea mediante un comentario oral o escrito, según la naturaleza de la práctica. Las prácticas hay que comentarlas en clase, y no se pueden entregar días o semanas después de realizada la práctica en clase. Hay que tener como mínimo el 80% de las prácticas hechas y expuestas para ser evaluado por curso.

La profesora puede proponer algún otro tipo de práctica individual o colectiva, según las necesidades del programa, ya sean lecturas obligatorias, reseñas de libros, etc.

Cualquier otro sistema de seguir el curso habrá que consultarlo con la profesora y solo se aceptará por razones justificadas.

## Actividades

Título	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Tipo: Dirigidas			
Exposición en las clases prácticas de los textos y trabajos propuestos en la sesión teórica	30	1,2	3, 4, 7
Tipo: Supervisadas			
Elaboración de textos argumentativos sobre los diferentes aspectos abordados en el temario	50	2	2, 3, 6
Tipo: Autónomas			
Elaboración de textos analíticos sobre los diferentes aspectos abordados en el temario	70	2,8	2, 4, 5

## Evaluación

1. Evaluación. La evaluación será continuada y constará de los siguientes tipos de actividades: (La evaluación podrá verse alterada en función de las instrucciones que las autoridades académicas determinen)

- a) Elaboración de textos analíticos sobre los temas abordados en el programa (35% de la nota final). Se calcula que se podrán hacer de 4 a 6 a lo largo del cuatrimestre.
- b) Elaboración individual de textos argumentativos sobre los diversos aspectos abordados en el programate (35% de la nota final). Se calcula que se podrán hacer de 2 a 4 textos durante el cuatrimestre.
- c) Exposición oral de los textos analíticos durante las sesiones prácticas (30% de la nota final). Se habrán tenido que exponer oralmente al menos el 50% de las prácticas realizadas.

La asistencia y la participación en clase también será considerada en la evaluación final. (Hay que asistir al menos al 75% de las sesiones).

2. Calendario de las actividades de evaluación:

-Las prácticas se han de entregar semanalmente, y se han de exponer en las dos semanas siguientes y consecutivas. No se pueden entregar días o semanas después de realizadas.

3. Sistema de recuperación y reevaluación:

Si el alumnado no ha hecho el mínimo de prácticas posibles estipuladas (80%) o bien ha suspendido algunas de ellas, dispondrá de 3 semanas para recuperar las prácticas no hechas o reelaborar las suspendidas y que sean imprescindibles para superar la materia.

Si ha obtenido menos de 3,5 puntos además de elaborar o reelaborar las prácticas no hechas o suspendidas tendrá que hacer un examen final sobre los puntos establecidos en el programa.

## Actividades de evaluación

Título	Peso	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Elaboración de diferentes textos analíticos (individual o en grupo) de unas 500 palabras sobre los diferentes aspectos abordados en las clases	35	0	0	2, 4, 5, 6, 8
Elaboración individual de diferentes textos argumentativos (de unas 500 palabras) sobre los temas abordados en el temario.	35	0	0	1, 2, 3, 7
Exposición oral (individual o en grupo) en el seminario práctico de los trabajos encargados en las sesiones teóricas	30	0	0	3, 4, 7

## Bibliografía

### A) BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

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)

GIL BENITEZ, E.M. *La mirada androcéntrica en la publicidad radiofónica*. Diputación de Córdoba, 2016.

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](http://www.iwmf.o)

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

SANCHEZ-GUTIERREZ, B Y LIBERIA, I. *Aquelarre. La emancipación de las mujeres en la cultura de masas.*, Advook, Sevilla, 2020

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

WACC, *Who makes the News*, [www.whomakesthenews.org](http://www.whomakesthenews.org) 2005, 2010

## B) 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 Gálbo (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