

**Gènere, Comunicació i Canvi Social**

Codi: 42444

Crèdits: 6

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

La metodologia docent i l'avaluació proposades a la guia poden experimentar alguna modificació en funció de les restriccions a la presencialitat que imposin les autoritats sanitàries.

**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 entenent aquest concepte com a una construcció social.

**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 el concepte 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, entenent el gènere com a una construcció social.

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 als rols i estereotips 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. Impacte social de les Xarxes socials
3. Divisió social de l'espai: esfera pública i esfera privada. Discursos diferents per a espais diferents. Evolució i interdependència de les dues esferes.
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 i el terra enganxós. Informes internacionals, estatals, regionals i altres.
5. Asimetria en la representació de gènere. Informes internacionals, europeus, d'àmbil espanyol i català. Diferència de tractament en la informació. El cas de la informació esportiva.
6. 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.
7. 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. Nous models masculins i femenins. El Femvertising.
8. L'entreteniment i la ficció. Sèries televisives i estereotips de gènere: els nous models masculins i femenins.

9. Nous formats comunicatius: l'impacte de les Xarxes socials en el sistema comunicatiu. Altres formats: videoclip, youtube, web sèries, etc.

10. El Cinema. Importància de la ficció en la construcció de l'imaginari social. Rols recurrents masculins i femenins en la ficció cinematogràfica. Nous models masculins i femenins en el relat audiovisual. El cinema i les sèries després del #NeToo

11. Responsabilitat dels 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.

Nota: es reservaran 15 minuts d'una classe, dins del calendari establert pel centre/titulació, per a la complementació per part de l'alumnat de les enquestes d'avaluació de l'actuació del professorat i d'avaluació de l'assignatura/mòdul.

## Activitats formatives

| Títol                                                                                  | Hores | ECTS | Resultats d'aprenentatge |
|----------------------------------------------------------------------------------------|-------|------|--------------------------|
| Tipus: Dirigides                                                                       |       |      |                          |
| Discussió a classe de temes concrets sobre productes mediàtics                         | 20    | 0,8  | 1, 3, 8, 9               |
| Explicació de conceptes teòrics de l'assignatura                                       | 30    | 1,2  | 1, 2, 8                  |
| Tipus: Supervisades                                                                    |       |      |                          |
| Elaboració de textos analítics i argumentatius sobre els punts abordats en el programa | 50    | 2    | 1, 3, 6, 7               |
| Tipus: Autònomes                                                                       |       |      |                          |
| Lectures de textos bàsics i complementaris de la bibliografia                          | 30    | 1,2  | 1, 2, 3, 7, 9            |
| Recerca i explicació d'exemple mediàtics a analitzar a la classe                       | 20    | 0,8  | 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 4 a 6 pràctiques diferents (Aquestes pràctiques tenen un pes d'un 40% de la nota final)

B. Elaboració de diferents textos argumentatius sobre algun punt abordat en el programa. Es calcula que es podràn fer de 2 a 4 textos d'aquests tipus. (Aquest text té un pes d'un 40% 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  | 0     | 0    | 2, 4, 6, 7               |
| Elaboració de diferents textos analítics sobre els diferents temes abordats en el programa | 40  | 0     | 0    | 1, 5, 6, 8               |
| Elaboració de textos argumentatius sobre els diferents temes abordats en el programa       | 40  | 0     | 0    | 1, 2, 3, 9               |

## Bibliografia

### BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

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

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).

CASTEJÓN, Maria, *Rebeldes y peligrosas en el cine. Vaqueras, guerreras, vengadoras, femme fatales y madres*, Lengua de Trapo, (2020)

DJERF-PIERRE, Mónica and EDSTRÖM, Maria, *Comparing Gender and Media Equality Across de Globe*, Nordicom, Suecia (2020)

DOMINGUEZ, Yolanda, *Maldito estereotipo*, Penguin Random House, Barcelona (2021)

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

GALLEGO, Juana y SILVEIRINHA, M.Joao, "Género y Comunicación: avances y retrocesos en una península ibérica en crisis", en *Tradiciones de Investigación en Diálogo, Estudios de Comunicación en America Latina y Europa*, Media XXI (2020)

GALLEGO AYALA, Juana, "Las mujeres ya no son lo que eran. Nuevos modelos femeninos y masculinos en la narrativa audiovisual", (pp.358-378) en *Cuestiones de género. De la igualdad y la diferencia*, Monográfico sobre La Agencia femenina en las narrativas audiovisuales, núm.16 (2021) (text disponible en <http://revpubli.unileon.es/ojs/index.php/cuestionesdegenero/article/view/6915>).

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) y UOC (2014). (Libro en línea)

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

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

NUÑEZ, TRINIDAD, *El papel de las mujeres en la publicidad*, Santillana, Madrid (2019)

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

SANCHEZ-GUTIERREZ, Bianca i LIBERIA, Irene. *Aquelarre. La emancipación de las mujeres en la cultura de masas.*, Advoock, Sevilla, (2020)

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

VV.AA. *El sexo en disputa*. Madrid, CEPC (2021)

VV.AA. *Sexo, mujeres y series de televisión*, Continta me tienes, Madrid, (2015)

VELEZ, Anabel, *Mujeres en las series*. (eBook y papel). (2019)

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

## B) BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA:

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

GALLEGO, Juana "De prostituta a trabajadora sexual: legitimación de la prostitución a través del relato cinematográfico", en *Revista Atlánticas*, número 3, 1 (2018).

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>

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

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

RIPPON, Gina, *El Género y nuestros cerebros*, Galaxia Gutenberg, Barcelona, (2020)

## **Programari**

En aquesta assignatura no es farà servir cap programari especial, més enllà del Microsof Office, Power Point, Word, videos MP4, etc. Es farà un ús freqüent dell Campus Virtual i Teams