

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 i castellà 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. La perspectiva teòrica que s'adopta es la del materialisme històric i els estudis de gènere, entenent aquest concepte com a una construcció social. No s'aborda des de la teoria queer.

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. La perspectiva teòrica des de la qual s'aborda la matèria és el Materialisme Històric, i no la Teoria Queer.

Objectius:

a) Analitzar i reflexionar sobre els continguts dels mitjans de comunicació des d'una perspectiva materialista de la història i des de els Estudis 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

PROGRAMACIÓ DE L'ASSIGNATURA

El calendari detallat amb el contingut de les diferents sessions s'exposarà el dia de presentació de l'assignatura. Es penjarà també al Campus Virtual on l'alumnat podrà trobar la descripció detallada dels exercicis i pràctiques, els diversos materials docents i qualsevol informació necessària per a l'adequat seguiment de l'assignatura.

Breu descripció dels continguts:

1. Conceptes bàsics en matèria de gènere. El sistema sexe/gènere. Agents que intervenen en el procés de socialització. 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. La situació de la llibertat d'expressió en el món..
3. 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.
4. Asimetria en la representació de gènere. Informes internacionals, europeus, d'àmbit espanyol i català. Diferència de tractament en la informació. Anàlisi de casos.
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. Nous models masculins i femenins. El Femvertising.

7. L'entreteniment i la ficció. Sèries televisives i estereotips de gènere: els nous models masculins i femenins.

8. Nous formats comunicatius: l'impacte de les Xarxes socials en el sistema comunicatiu. Altres formats: videoclip, 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. Nous models masculins i femenins en el relat audiovisual. El cinema i les sèries després del #NeToo

10. 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) Els i les estudiants presenten oralment els treballs encarregats en la sessió anterior. (1 hora)
- 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 podran 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.

PROCÉS DE RECUPERACIÓ:

L'alumnat tindrà dret a la recuperació de l'assignatura si ha estat avaluat del conjunt d'activitats el pes de les quals equivalgui a un mínim de 2/3 parts de la qualificació total de l'assignatura.

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.

SEGONA MATRÍCULA:

En cas de segona matrícula, l'alumnat podrà fer una única prova de síntesi que consistirà en un examen teòric sobre els punts continguts en el programa de l'assignatura i l'anàlisi d'un text per avaluar la part pràctica

La qualificació de l'assignatura correspondrà a la qualificació de la prova de síntesi.

PLAGI:

En cas que l'estudiant realitzi qualsevol irregularitat que pugui conduir a una variació significativa de la qualificació d'un acte d'avaluació, es qualificarà amb 0 aquest acte d'avaluació, amb independència del procés disciplinari que s'hi pugui instruir. En cas que es produeixin diverses irregularitats en els actes d'avaluació d'una mateixa assignatura, la qualificació final d'aquesta assignatura serà 0.

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

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)

BYUNG-CHUL, Han, *Infocracia*, Taurus, (2022)

- 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) 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, *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)
- 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
- 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 y LIBERIA, Irene. *Aquelarre. La emancipación de las mujeres en la cultura de masas.*, Advoook, Sevilla,(2020)
- STOCK, KATHLEEN, *Material Girls. Por qué la realidad es importante para el feminismo*, Shackleton Books, (2022)
- UNESCO, *Indicadores de género para medios de comunicación*, París, (2014)
- VV.AA. *Sexo, mujeres y series de televisión*, Continta me tienes, Madrid, (2015)
- VV.AA. *El sexo en disputa*. Madrid, CEPC (2021)
- VELEZ, Anabel, *Mujeres en las series*. (eBook y papel). (2019)
- WACC, *Who makes the News*, 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)

BUTLER, Judith, *Deshacer el género*, Paidós (2006)

FAUSTO-STERLING, Anne, *Cuerpos sexuados*. Melusina, (2020)

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 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>

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 Microsoft Office, Power Point, Word, vídeos MP4, etc. Es farà un ús freqüent del Campus Virtual i Teams