

Gènere, Comunicació i Canvi Social

Codi: 42444
Crèdits: 6

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

Professor de contacte

Nom: Juana Gallego Ayala

Correu electrònic: Joana.Gallego@uab.cat

Altres indicacions sobre les llengües

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

Utilització d'idiomes a l'assignatura

Llengua vehicular majoritària: espanyol (spa)

Prerequisits

No hi ha cap requisit específic, però les persones que cursin aquest mòdul haurien d'estar familiaritzades amb els conceptes bàsics de sexe/gènere i interessades per les desigualtats derivades per raó de sexe/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 concret 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 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.
- 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
- 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 Esterotips. 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.
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, cilp, youtube, web sèries, etc.

9. El Cinema. Importànciadela 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 a discutir i analitzar a classe els encàrrecs que s'hagin fet en la sessió anterior (1 hora). Les pràctiques s'han de discutir a classe.
- c) Paral·lelament s'haurà de triar un tema entre els diferents aspectes tractats en el temari i desenvolupar un text argumentatiu d'unes 1.000-1.200 paraules
- d) Orientació sobre lectures bàsiques i complementaries al llarg de les sessions del curs.

Activitats formatives

Títol	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Tipus: Dirigides			
Discussió de temes concrets	10	0,4	1, 8
Explicació de conceptes teòrics de l'assignatura	10	0,4	1, 2, 8
Tipus: Supervisades			
Proposta de treball de curs	5	0,2	2
Sessions de seguiment del treball de curs	5	0,2	1, 7
Tipus: Autònomes			
Escriptura del treball de curs	0	0	2, 3, 7
Lectures de textos bàsics y complementarios	0	0	2, 7
Recerca i explicació d'exemple mediàtics a analitzar a la classe	10	0,4	3, 8, 9

Avaluació

L'avaluació es farà mitjançant:

a) L'escriptura d'un text argumentatiu d'unes 1.000-1-200 paraules d'extensió sobre algun punt del programa, previament acordat amb la professora. Caldrà fer una proposta sobre el tema, amb un resum, cap al 15 de març de 2017, i que cal lliurar després de Setmana Santa (26 d'abril, de 2018)

b) Durant les sessions pràctiques a classe s'analitzaran i comentaran casos concrets de productes mediàtics on caldrà identificar tres sexistes o estereotipats (Caldrà tenir un mínim d'un 70% dels casos proposats)

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

Activitats d'avaluació

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Espectura d'un text argumentatiu sobre algun aspecte de la comunicació i el gènere a triar de comú acord amb la professora	40%	80	3,2	2, 4, 7, 9
Recerca i discussió a classe dels casos a analitzar segons encàrrec de la professora. Cal comentar les pràctiques a classe, a les quals caldrà assistir almenys al 75% de les sessions	60%	30	1,2	1, 3, 5, 6, 8

Bibliografia

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

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, 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)

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

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