



Universitat de Lleida

GUÍA DOCENTE
**GÉNERO Y MEDIOS DE
COMUNICACIÓN**

Coordinación: ROMERO BURILLO, ANA MARIA

Año académico 2021-22

Información general de la asignatura

Denominación	GÉNERO Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN			
Código	14650			
Semestre de impartición	1R Q(SEMESTRE) EVALUACIÓN CONTINUADA			
Carácter	Grado/Máster	Curso	Carácter	Modalidad
	Máster Universitario en Estudios de Género y Gestión de Políticas de Igualdad	1	OPTATIVA	Virtual
Número de créditos de la asignatura (ECTS)	6			
Tipo de actividad, créditos y grupos	Tipo de actividad	PRAULA	TEORIA	
	Número de créditos	3.6	2.4	
	Número de grupos	1	1	
Coordinación	ROMERO BURILLO, ANA MARIA			
Departamento/s	DERECHO PÚBLICO			
Información importante sobre tratamiento de datos	Consulte este enlace para obtener más información.			
Idioma/es de impartición	Castellano y catalán			

Profesor/a (es/as)	Dirección electrónica\profesor/a (es/as)	Créditos impartidos por el profesorado	Horario de tutoría/lugar
RODRÍGUEZ ORGAZ, CRISTINA	cristina.rodiguez@udl.cat	6	
ROMERO BURILLO, ANA MARIA	ana.romero@udl.cat	0	

Objetivos académicos de la asignatura

- Conocer las principales contribuciones teóricas en el ámbito del género y los medios de comunicación.
- Reflexionar sobre el papel que juega la comunicación en la conformación de nuestras identidades sexual y de género.
- Hacer una lectura crítica sobre los sesgos de género de las representaciones mediáticas.
- Analizar la relación entre los medios de comunicación y la violencia de género.
- Presentar prácticas comunicativas que potencien las relaciones igualitarias entre hombres y mujeres.
- Identificar las diferencias de género en la comunicación y saber utilizar un lenguaje inclusivo y respetuoso con las mujeres.
- Entender el papel socializador de los medios y la implicación que el contenido mediático tiene en la construcción de nuestra identidad sexual y de género.

Competencias

Genéricas

- Saber utilizar las herramientas de recogida de datos para el análisis cualitativo y cuantitativo.
- Ser capaz de reconocer las situaciones de discriminación hacia las mujeres a partir de un corpus de los estudios de género y articular una respuesta adecuada y efectiva.

Específicas

- Adquirir los conceptos básicos y las principales cuestiones relativas a los estudios de género y feministas.
- Ser capaz de identificar las fuentes de las desigualdades de género que han operado y operan en los diferentes ámbitos.
- Identificar las diferencias de género en la comunicación y saber utilizar un lenguaje inclusivo y respetuoso con las mujeres.
- Entender el papel socializador de los medios y la implicación que el contenido mediático tiene en la construcción de nuestra identidad sexual y de género.

Contenidos fundamentales de la asignatura

Los contenidos se estructuran entorno a dos bloques:

1. **Mediatización e identidad de género:** en este primer bloque reflexionaremos sobre el papel que juegan los medios de comunicación en nuestra socialización y cómo sus representaciones están conectadas con la manera como nos pensamos como hombres y mujeres.

2. Análisis de las representaciones mediáticas del género y de las sexualidades: en este segundo bloque exploraremos cuáles son las imágenes y discursos que construyen los medios en torno a la masculinidad, la feminidad, las identidades sexuales y las relaciones sexuales y afectivas en varios formatos audiovisuales. Se trabajarán productos audiovisuales que contengan representaciones que reproducen estereotipos de género y otros productos que transforman y superan estos estereotipos.

Ejes metodológicos de la asignatura

Exposición de los contenidos.

Cada uno de los temas que trabajaremos está acompañado por una guía en la que se presentan los conceptos teóricos y los ejemplos necesarios para comprenderlos.

La comunicación con el grupo se mantendrá a través del correo electrónico y las tutorías-chat.

Actividades de análisis.

Cada una de las actividades que os propondremos estará acompañada de algunos textos académicos que os permitirán llevarlas a cabo. Previamente, y utilizando las herramientas de comunicación del entorno virtual (foro, chat, etc.), tendremos ocasión de comentar las lecturas para aclarar posibles dudas y profundizar en su contenido. Os pediremos que apliquéis las lecturas al análisis de diversos productos audiovisuales. En total, se tendrán que realizar 4 actividades:

- Actividad 1. Comentario crítico de textos sobre género y medios;
- Actividades 2, 3, 4 y 5 Análisis de un producto audiovisual.

De estas cuatro últimas propuestas de actividades (2, 3, 4 y 5), habrá que realizar 3. Cada una de ellas variará en cuanto al tema (masculinidades, mujeres rurales, diversidad sexual, etc.) y al formato audiovisual (película, documental, videodiario, videomusical, publicidad, etc.).

Plan de desarrollo de la asignatura

Ver apartados de contenido y metodología.

Sistema de evaluación

La evaluación consiste en la realización de 4 actividades, cada una con un peso en la nota del 25% del total. Cada una de las actividades está vinculada a algunos textos académicos obligatorios. En total, se tendrán que realizar 4 actividades:

Actividad 1. Comentario crítico de textos sobre género y medios

Actividad 2. Análisis de un producto audiovisual

Activitat 3. Análisis de un producto audiovisual

Activitat 4. Análisis de un producto audiovisual

Activitat 5. Análisis de un producto audiovisual

De estas cuatro últimas propuestas de actividades (2, 3, 4 y 5) deberán realizarse 3. Cada una de ellas variará en cuanto al tema y al formato audiovisual (película, documental, videodiario, vídeo musical, publicidad, etc.)

Bibliografía y recursos de información

Berger, J. (1975). Modos de ver. Barcelona: Gustavo Gili.

- Bernárdez, A. (2015). *Mujeres en medio(s): Propuestas para analizar la comunicación masiva con perspectiva de género*. Madrid: Fundamentos.
- Connell, R.W. (2005). *Masculinities*. Cambridge: Polity Press.
- De Lauretis, T. (1992). *Alicia ya no: feminismo, semiótica, cine*. Valencia: Universitat de València.
- Dyer, R. (1993). *The Matter of Images: Essays on Representations*. London: Routledge.
- Gallego, J. (2013). *De reinas a ciudadanas. Medios de comunicación: ¿motor o rémora para la igualdad?*. Barcelona: Aresta.
- Gill, R. (2007). *Gender and the media*. Cambridge: Polity.
- Goffman, E. (1979). *Gender Advertisements*. New York: Harper and Row.
- Gross, L. (2002). *Up from Invisibility: Lesbians, Gay Men and the Media in America*. New York: Columbia University Press.
- Kaplan, E. A. (1992). *Motherhood and representation: the mother in popular culture and melodrama*. London: Routledge.
- Kuhn, A. (1985). *The Power of the Image. Essays on Representation and Sexuality*. London: Routledge & Kegan Paul.
- Kuhn, A. (1991). *Cine de mujeres: feminismo y cine*. Madrid: Cátedra.
- Hall, S. (ed.). (1997). *Representation: cultural representations and signifying practices*. London: Sage.
- McRobbie, A. (2009). *The Aftermath of feminism: gender, culture and social change*. London: Sage.
- Mulvey, L. (1988). *Placer visual y cine narrativo*. Valencia: Universitat de València.
- Van Zoonen, L. (1994). *Feminist media studies*. London: Sage.
- Wood, J. T. (2001). *Gendered lives: communication, gender and culture (4th edition)*. Belmont: Wadsworth.
- Zecchi, B. (2014). *La pantalla sexuada*. Madrid: Cátedra.
- Zurian, F. A. (Ed.). (2011). *Imágenes del Eros. Género, sexualidad, estética y cultura audiovisual*. Madrid: Ocho y medio.