



GUÍA DOCENTE 2023-2024
Políticas de género en las industrias culturales

1. Denominación de la asignatura:

POLÍTICAS DE GÉNERO EN LAS INDUSTRIAS CULTURALES

Titulación

Grado en Comunicación Audiovisual

Código

8451

2. Materia o módulo a la que pertenece la asignatura:

Teorías de la información y la comunicación

3. Departamento(s) responsable(s) de la asignatura:

Historia, Geografía y Comunicación

4.a Profesor/a que imparte la docencia (Si fuese impartida por más de uno/a incluir todos/as) :

María Isabel Menéndez Menéndez (mimenendez@ubu.es; 947258019; CV:
<http://apps.ubu.es/profesorado/cv.php?docente=mimenendez@ubu.es>)

4.b Coordinador/a de la asignatura

María Isabel Menéndez Menéndez

5. Curso y semestre en el que se imparte la asignatura:

Segundo curso, Segundo semestre

6. Tipo de la asignatura: (Básica, obligatoria u optativa)

Optativa



7. Requisitos de formación previos para cursar la asignatura:

No existen requisitos previos para cursar esta asignatura

8. Número de créditos ECTS de la asignatura:

Seis (6) créditos ECTS

9. Competencias que debe adquirir el/la estudiante al cursar la asignatura

COMPETENCIAS BÁSICAS Y GENERALES

CB3. Que los estudiantes tengan la capacidad de resumir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.

CG01. Capacidad para resolver problemas con iniciativa, toma de decisiones, autonomía y creatividad.

CG11. Comprender el alcance socio-cultural y de las dimensiones política, económica y tecnológica de la sociedad actual de los medios de comunicación.

CG13. Percibir críticamente el panorama audiovisual que ofrece el universo comunicativo que nos rodea, considerando los mensajes en su contexto.

CG15. Adoptar marcos críticos relacionados con la construcción social del conocimiento y género en los medios y las TIC.

COMPETENCIAS TRANSVERSALES

CT04. Capacidad de razonamiento crítico, análisis y síntesis.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

CE22. Observar, describir y analizar las manifestaciones socioculturales en su contexto.

10. Programa de la asignatura

10.1- Objetivos docentes

La asignatura propone una aproximación a los estudios de género y sus aportaciones más destacadas a la comunicación audiovisual. Pretende mostrar de qué manera se construyen y se reproducen las identidades de género a través de las prácticas discursivas y los distintos dispositivos tecnológicos de la comunicación como las imágenes, la narrativa audiovisual y el lenguaje. Partiendo de un enfoque que incorpora tanto la transversalidad de género como la interseccionalidad se analizan las articulaciones entre lenguaje, imagen e imaginario colectivo y su rol en la construcción de las identidades de género, la reproducción de los estereotipos y las desigualdades sociales en la cultura y la sociedad. Se estudian las determinaciones histórico-políticas, socio-económicas, ideológicas y discursivas que articulan el género como tecnología social, factor crucial en la plasmación tanto de la individualidad como del imaginario



colectivo.

Los resultados de aprendizaje incluirán:

- Entender el papel de los medios a la hora de modelar, influir, construir realidades, socializar...
- Incorporar una visión panorámica del desarrollo y aportaciones de los estudios de género aplicados a las industrias culturales.
- Conocimiento de las aportaciones de los estudios feministas, de las mujeres y de género en el ámbito de la comunicación.
- Transmisión de los fundamentos teórico-prácticos de la perspectiva de género.
- Análisis de las realidades textuales y comunicacionales desde la perspectiva de género.
- Destreza en el desarrollo de producciones audiovisuales respetuosas con la igualdad entre mujeres y hombres.

10.2- Unidades docentes (Bloques de contenidos)

1. Paradigmas fundamentales de la teoría de género en ciencias sociales.

1.1. Origen y desarrollo de los estudios de género: de los estudios de las mujeres a las aportaciones feministas y queer.

1.2. Evolución histórica del feminismo: agendas y teorías críticas.

1.3. La perspectiva de género como teoría crítica feminista: fundamentos teóricos.

1.4. Metodología: categorías analíticas y aplicación en el discurso audiovisual.

2. Tecnologías de género en la cultura audiovisual: ideología, sistemas simbólicos y representación.

2.1. La comunicación y la información desde la perspectiva de género.

2.2. Cine, televisión y representación audiovisual de las mujeres.

2.3. Género y creatividad publicitaria: roles, estereotipos y metáforas sobre la identidad.

2.4. Violencia de género, homofobia, racismo, edadismo y clasismo en las industrias culturales.



3. (De)construcción de la representación hegemónica y (re)elaboración del orden simbólico. 3.1. Género y lenguaje: discurso, representación simbólica y usos no sexistas. 3.2. Teoría fílmica feminista y cine de mujeres. 3.3. La femvertising y la publicidad generadora de feminismo. 3.4. Voces en resistencia: el activismo mediático.
10.3- Bibliografía
BIBLIOGRAFÍA BÁSICA BERNÁRDEZ RODAL, Asunción, (2015) Mujeres en medio(s). Propuestas para analizar la comunicación masiva con perspectiva de género, Fundamentos, Madrid, BOURDIEU, Pierre, (2000) La dominación masculina, Anagrama, Barcelona, POSTIGO, Inmaculada; VERA, Teresa, (2023) Investigación en comunicación y feminismo, Comunicación social, Salamanca,
BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA AGUILAR, Pilar, (2004) ¿Somos las mujeres de cine? Prácticas de análisis fílmico, Instituto Asturiano de la Mujer, Oviedo, AUFFRET, Séverine, (2020) La gran historia del feminismo: de la Antigüedad a nuestros días, La esfera de los libros, Madrid, BACH ARÚS, Marta, (2000) El sexo de la noticia. Reflexiones sobre el género en la información y recomendaciones de estilo, Icaria, Barcelona, BEAUVOIR, Simone de, (1998 (1949)) El segundo sexo, Cátedra, Madrid, BERGER, John, (2002) Modos de ver, Gustavo Gili, Barcelona, BOSCH, Esperanza; FERRER, Victoria A., y GILI, Margarita, (2020) Historia de la misoginia (2ª edición ampliada), Anthropos, Barcelona, CABALLÉ, Anna, (2019) Breve historia de la misoginia. Antología y crítica, Ariel, Barcelona, CARRO, Susana, (2008) Mujeres de ojos rojos. Del arte feminista al arte femenino, Trea, Gijón, CLÚA, Isabel, (2008) Género y cultura popular, UAB, Barcelona, DE MIGUEL, Casilda, (2004) La identidad de género en la imagen televisiva, Instituto de la Mujer, Madrid, DELGADO, Carmen y PLAZA, Juan, (2007) Género y comunicación, Fundamentos, Madrid, FALUDI, Susan, (1993) Reacción. La guerra no declarada contra la mujer moderna, Anagrama, Barcelona, GILL, Rosalind, (2007) Gender and the Media, Polity, Cambridge, GRIJELMO, María, (2023) Claves para un periodismo feminista, Fundamentos, Madrid,



- HERRERA, Elena, (2022) *Beyoncé en la intersección. Pop, raza, género y clase*, Dos bigotes, Madrid,
- KAPLAN, E. Ann, (1998) *Las mujeres y el cine: a ambos lados de la cámara*, Cátedra, Madrid,
- KUHN, Annette, (1991) *Cine de mujeres: feminismo y cine*, Cátedra, Madrid,
- LERNER, Gerda, (1990) *La creación del patriarcado*, Crítica, Barcelona,
- MARTÍN, María, (2020) *Mujer tenías que ser*, Los libros de la catarata, Madrid,
- MARTÍN, María, (2022) *Punto en boca (esto no es un manual de lenguaje inclusivo)*, Los libros de la Catarata, Madrid,
- MARTÍN, María, (2019) *Ni por favor ni por favora. Cómo hablar con lenguaje inclusivo sin que se note (demasiado)*, Los libros de la Catarata, Madrid,
- MATTELART, Michèle, (1982) *Mujeres e industrias culturales*, Anagrama, Barcelona,
- MENÉNDEZ MENÉNDEZ, M. Isabel, (2020) "Elaborar publicidad generadora de feminismo: hacia una propuesta metodológica sobre femvertising", *Universidad Complutense de Madrid, Pensar la publicidad*, (14) 20, 267-276
- MENÉNDEZ MENÉNDEZ, M. Isabel, (2010) *Representación mediática de la violencia de género. Análisis de la prensa balear. 2004-2008*, Edicions UIB, Palma,
- MENÉNDEZ MENÉNDEZ, M. Isabel, (2021) "Memes feministas en redes sociales: aproximación a las políticas de género en la cultura digital", *Tirant lo Blanch, Valencia, Deshaciendo nudos en el social media*, 279-308
- MENÉNDEZ MENÉNDEZ, M. Isabel, (2008) *Discursos de ficción y construcción de la identidad de género en televisión*, Edicions UIB, Palma,
- MENÉNDEZ MENÉNDEZ, M. Isabel, (2019) "¿Puede la publicidad ser feminista? Ambivalencia e intereses de género en la femvertising a partir de un estudio de caso: Deliciosa Calma de Campofrío", *Universidad de los Andes, Revista de Estudios Sociales*, (68) 88-100
- MULVEY, Laura, (1975) "Visual Pleasure and Narrative Cinema", *Oxford Academy, Screen*, (16) 3, 6-18
- PEARSON, Judy C.; TURNER, Lynn H. y TODD-MANCILLAS, W., (1992) *Comunicación y género*, Paidós, Barcelona,
- RIBES, Fancina, (2022) *Ausencia y exceso. Lesbianas y bisexuales asesinas en el cine de Hollywood*, Dos bigotes, Madrid,
- VARELA, Nuria, (2005) *Feminismo para principiantes*, Ediciones B, Barcelona,
- VEGAS, Valeria, (2019) *Vestidas de azul: análisis social y cinematográfico de la mujer transexual en los años de la transición española*, Dos bigotes, Madrid,
- VIÑUELA, Eduardo (ed.), (2018) *Bitch She's Madonna. La reina del pop en la cultura contemporánea*, Dos bigotes, Madrid,
- WOLF, Naomi, (1991) *El mito de la belleza*, Emecé, Barcelona,
- ZECCHI, Barbara, (2013) *Gynocine: teoría de género, filmología y praxis cinematográfica*, Universidad de Zaragoza y University of Massachusetts Amherst, Zaragoza/Amherst,



10.4- Acceso a la Bibliografía Recomendada desde Leganto

https://leganto.ubu.es/leganto/public/34BUC_UBU/lists?courseCode=8451&auth=SAML

11. Metodología de enseñanza y aprendizaje y su relación con las competencias que debe adquirir el/la estudiante:

Las clases magistrales (clases teóricas) se complementarán con la proyección de materiales audiovisuales y lecturas de textos relacionados con la materia. Además, se estimulará la reflexión conjunta, la interacción entre el alumnado y el debate sobre diversos aspectos conceptuales.

A lo largo del semestre se aportarán textos básicos de lectura obligatoria para profundizar en el conocimiento teórico y desarrollar las competencias relacionadas.

Metodología	Competencia relacionada	Horas presenciales	Horas de trabajo	Total de horas
Clases teóricas		42	22	64
Clases prácticas		12	10	22
Tutorías		0	4	4
Realización de trabajos, informes, memorias y pruebas de evaluación		0	60	60
Total		54	96	150

12. Sistemas de evaluación:

Para superar la asignatura es necesario que en cada una de las pruebas se obtenga un mínimo de 5 puntos sobre 10.

Cada prueba puede incluir requisitos específicos para su superación, que se indican en el momento de efectuarla y que pueden incluir la imposibilidad de dejar preguntas en blanco o la obligatoriedad de contemplar un mínimo de respuestas acertadas.

La asignatura se evalúa siguiendo un modelo de evaluación continua, por lo que se entiende que el alumnado asiste de forma regular a clase. En caso de no superar la asignatura, en Convocatoria Extraordinaria únicamente se vuelven a evaluar las pruebas no superadas.



Es necesario que el alumnado acceda regularmente a la plataforma UbuVirtual donde se colgarán materiales e indicaciones para el seguimiento de la asignatura.

La expresión y la ortografía se tienen en cuenta en la evaluación.

Cabe la posibilidad de integrar actividades extracurriculares (jornadas, seminarios, conferencias...) en las prácticas y ejercicios de la asignatura (ya sea en su dimensión individual o grupal). Estas actividades extracurriculares pueden convertirse en puntuables (materia de evaluación) si la profesora así lo estima oportuno.

La profesora podrá flexibilizar el sistema de evaluación para el alumnado de intercambio, con el fin de atender a las circunstancias excepcionales que pudieran presentarse.

Para la evaluación de esta asignatura en Convocatoria Extraordinaria Fin de Estudios de Grado se prevé realizar una única prueba, en la fecha que el Centro establezca, en la que se evalúan tanto los contenidos teóricos como los aspectos prácticos.

De acuerdo con el artículo 17.2 del Reglamento de Evaluación de la Universidad de Burgos: "Los alumnos están obligados a observar las reglas básicas sobre autenticidad y autoría en la realización de cualquier prueba de evaluación ya sea presencial o no. La realización fraudulenta de alguna prueba o de los trabajos exigidos en la evaluación de alguna asignatura comportará una calificación de cero en la asignatura correspondiente al curso académico en el que se produzca el fraude" [...] "Las copias literales de textos en cualquier modalidad de trabajo serán motivo de que la asignatura sea automáticamente suspendida. Las citas que se incluyan en los trabajos deberán ser referenciadas debidamente". Para comprobar la autoría de los trabajos se podrán utilizar los medios anti-plagio puestos a disposición del profesorado por parte de la Universidad de Burgos.

Procedimiento	Peso primera convocatoria	Peso segunda convocatoria
Prueba(s) Práctica(s)	40 %	40 %
Prueba(s) Teórica(s)	60 %	60 %
Total	100 %	100 %



Evaluación excepcional:

El alumnado que, por razones excepcionales, no pueda seguir los procedimientos ordinarios de evaluación continua podrá solicitar acogerse en su lugar a la “Evaluación Excepcional” (Reglamento de Evaluación de la UBU, art. 9). La solicitud, razonada y por escrito, se presentará al Decano/a del centro durante las dos primeras semanas de impartición de la asignatura. En caso de que la condición de excepcionalidad le sea admitida, constará de aquellas pruebas que considere el Departamento.

La evaluación excepcional se adaptará para que el/la alumno/a pueda realizarla sin asistir a clase e individualmente si alguna de las pruebas se realiza en grupo. Estas cuestiones se explicarán al alumnado en tutorías presenciales. Será necesario obtener al menos un 5 sobre 10 en cada una de las pruebas para superar la asignatura.

13. Recursos de aprendizaje y apoyo tutorial:

Información disponible en la web del título: <http://www.ubu.es/grado-en-comunicacion-audiovisual>

14. Calendarios y horarios:

Información actualizada en la web del título: <http://www.ubu.es/grado-en-comunicacion-audiovisual>

15. Idioma en que se imparte:

Español