

17-18

MÁSTER UNIVERSITARIO EN
INVESTIGACIÓN ANTROPOLÓGICA Y
SUS APLICACIONES

GUÍA DE ESTUDIO PÚBLICA



CULTURA Y GÉNERO: UN ANÁLISIS A TRAVÉS DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE MASAS

CÓDIGO 30002114



Ámbito: GUJ - La autenticidad, validez e integridad de este documento puede ser verificada mediante el "Código Seguro de Verificación (CSV)" en la dirección <https://sed3.uned.es/valida/>



D0BCAD6A38A197089B2C7A84ED66CB8C

17-18

CULTURA Y GÉNERO: UN ANÁLISIS A
TRAVÉS DE LOS MEDIOS DE
COMUNICACIÓN DE MASAS
CÓDIGO 30002114

ÍNDICE

PRESENTACIÓN Y CONTEXTUALIZACIÓN
REQUISITOS Y/O RECOMENDACIONES PARA CURSAR ESTA
ASIGNATURA
EQUIPO DOCENTE
HORARIO DE ATENCIÓN AL ESTUDIANTE
COMPETENCIAS QUE ADQUIERE EL ESTUDIANTE
RESULTADOS DE APRENDIZAJE
CONTENIDOS
METODOLOGÍA
SISTEMA DE EVALUACIÓN
BIBLIOGRAFÍA BÁSICA
BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA
RECURSOS DE APOYO Y WEBGRAFÍA



Nombre de la asignatura	CULTURA Y GÉNERO: UN ANÁLISIS A TRAVÉS DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE MASAS
Código	30002114
Curso académico	2017/2018
Títulos en que se imparte	MÁSTER UNIVERSITARIO EN INVESTIGACIÓN ANTROPOLÓGICA Y SUS APLICACIONES
Tipo	CONTENIDOS
Nº ETCS	4
Horas	100.0
Periodo	SEMESTRE 1
Idiomas en que se imparte	CASTELLANO

PRESENTACIÓN Y CONTEXTUALIZACIÓN

Cultura y género: un análisis a través de los medios de comunicación de masas, es una de las ocho asignaturas que componen Itinerario II: Campos de aplicación del conocimiento antropológico, del Master Universitario en Investigación Antropológica y sus Aplicaciones del Departamento de Antropología Social, Facultad de Filosofía, de la UNED.

Impartida por la Dra. Hdez. Corrochano, esta asignatura de cuatro créditos ofrecida en castellano, pretende acercar al estudiante de master al estudio y análisis de los diferentes lenguajes que usan los medios de comunicación de masas, otorgándole una visión crítico-reflexiva que permitirá:

- Enjuiciar la importancia que los medios de comunicación de masas tienen como sustentadores, transmisores, transformadores y/o constructores de prácticas culturales, utilizando la imagen y el lenguaje, verbal y no verbal, para tales fines.
- Analizar y razonar la transformación del ciudadano en sujeto consumidor de productos e ideologías, asumiendo gracias a la *repetición* y la *rutina* valores y normas culturales que pueden tener como último objetivo consolidar o transformar las relaciones sociales entre los géneros.
- Implementar los conocimientos adquiridos en la práctica profesional, adquiriendo la capacidad generar lenguajes y mensajes no sexistas.

Estos objetivos, aunque se pretende que abarquen todo el ámbito de la comunicación de masas, se centrarán en el análisis de la publicidad gráfica como marco principal de reflexión.



REQUISITOS Y/O RECOMENDACIONES PARA CURSAR ESTA ASIGNATURA

Aunque la metodología que plantea el Equipo Docente permite a cualquier persona que no venga del ámbito de la antropología cursar esta asignatura, es necesario que los/as estudiantes tengan fundamentadas nociones de teoría feminista como marco de análisis. Asimismo, es conveniente que los/as estudiantes tengan algún conocimiento sobre teoría social y antropología de género. No obstante, las posibles carencias que se puedan tener o que se vayan detectando en el transcurso del curso, se irán solventando según los casos a través de los foros o tutorías.

Es aconsejable que la persona que se quiera matricular en esta asignatura eche un vistazo previo a la bibliografía obligatoria y complementaria.

EQUIPO DOCENTE

Nombre y Apellidos
Correo Electrónico
Teléfono
Facultad
Departamento

ELENA HERNANDEZ CORROCHANO
ecorrochano@fsof.uned.es
91398-8925
FACULTAD DE FILOSOFÍA
ANTROPOLOGÍA SOCIAL Y CULTURAL

HORARIO DE ATENCIÓN AL ESTUDIANTE

La profesora Dra. Elena Hdez. Corrochano estará disponible en sus horarios de guardia para consultas telefónicas (Información Web del Dpto.), con el propósito de orientar a las/los alumnas/os y responder a cualquier duda que puedan tener respecto a los contenidos del material y el trabajo fin de curso.

Los alumnos también pueden contactar con ella a través de su correo electrónico (ecorrochano@fsof.uned.es) para cualquier consulta relativa a la asignatura. Además, se atenderá al estudiante a través del Foro del Equipo Docente en el curso virtual.

La metodología del trabajo se especificará en la Guía del Estudio y será tutorizada por el Equipo Docente a través de tutorías personales o virtuales, dependiendo su frecuencia del número de matriculados en la asignatura y sujetas a la estimación del Equipo Docente.

COMPETENCIAS QUE ADQUIERE EL ESTUDIANTE



RESULTADOS DE APRENDIZAJE

El alumnado aprenderá a valorar la importancia que los medios de comunicación de masas tienen como sustentadores, transmisores, transformadores y/o constructores de prácticas culturales, utilizando la imagen y el lenguaje verbal y no verbal para tales fines, además del papel que juega el sujeto social en cuanto individuo.

Dentro de este marco de reflexión, y través del estudio antropológico de la publicidad gráfica y visual (emitida por la TV), se analizará y razonará la transformación del ciudadano en sujeto consumidor de productos e ideologías, asumiendo gracias a la repetición y rutina valores y normas culturales que bajo una *apariciencia* novedosa pueden tener como último objetivo consolidar o transformar las relaciones sociales entre los géneros.

Este ejercicio de aprendizaje tendrá una implementación en la práctica profesional, adquiriendo la capacidad generar lenguajes y mensajes no sexistas.

CONTENIDOS

METODOLOGÍA

Gracias a la metodología de la enseñanza a distancia propia de nuestra universidad, las y los alumnas/os podrán obtener, mediante el estudio individual y la interacción con profesoras/es y compañeras/os en el curso virtual, un conocimiento reflexivo y crítico de los contenidos teóricos de la asignatura. Los foros del Equipo Docente y los seminarios estarán abiertos no sólo con el fin de resolver cuestiones de interés para la correcta asimilación del material de estudio, sino que tienen la función de generar un ámbito dinámico de debate partiendo de las labores que se irán desarrollando en el transcurso del curso.

El Equipo Docente realizará seminarios sobre algunos temas de interés a través de Web-conferencias que quedarán colgadas en el Curso Virtual. La participación en los foros y la visualización de las Web-conferencias es voluntaria, pero conveniente para un desarrollo correcto de este trabajo.

El alumno/a deberá leer, como mínimo, las lecturas obligatorias antes de acometer el trabajo de fin de curso, que tendrá que entregar en la fecha que se indica en la Guía II de la asignatura, a través del curso virtual. Del mismo modo, si la persona quiere ser evaluada, debe cumplir con los demás requisitos que en dicha guía se expresan. El equipo docente hará un seguimiento de los trabajos de cada alumno/a –si fuera necesario- con el fin de ir valorando su desarrollo y aportar comentarios para su mejora. Esta tutorización esta sujeta al criterio del equipo docente, las necesidades de cada alumno/a y al número de personas matriculadas en la asignatura.

Al final del curso el/la alumno/a deberá entregar un trabajo obligatorio que consistirá en un



análisis de publicidad gráfica, actual o no. El diseño de este trabajo se marcará en la Guía II de estudio, así como los apartados básicos que dicho ejercicio debe contener para poder ser evaluado.

El/la estudiante deberá, asimismo, presentarse a la prueba final obligatoria.

SISTEMA DE EVALUACIÓN

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

ISBN(13):9789505186488

Título:MEDIOS, COMUNICACIÓN Y CULTURA (1997)

Autor/es:James Lull ;

Editorial:Amorrutu

El libro central de la asignatura es el de James Lull. Su lectura obligatoria será el punto de partida para establecer las bases de la asignatura.

El resto de artículos, que todo alumno debe leer, serán comentados en los foros y seminarios virtuales de forma crítica. A partir de estos conocimientos las personas deben configurar su propia bibliografía para realizar sus trabajos personales.

Artículos obligatorios que el estudiante debe leer.

(Los enlaces a estas lecturas se encuentran en el curso virtual, icono Documentos).

DE ANDRÉS, Susana. 2012. Violencia simbólica de género en la publicidad. En, GARCÍA, Jorge y GÓMEZ, Begoña, *Diálogos en la cultura de la paridad. Reflexiones sobre feminismo, socialización y poder*. Universidad de Santiago de Compostela. Pp.133-145.

GARCÍA JIMÉNEZ, Antonio; NÚÑEZ PUENTE, Sonia. 2008. Apuntes sobre la identidad cultural de género. *Revista Feminismo/s de la Universidad de Alicante*. Nº 11. Pp. 41-58.

LÓPEZ DÍAZ, Pilar. 2008. Los medios y la representación de género: algunas propuestas para avanzar. *Revista Feminismo/s de la Universidad de Alicante*. Nº 11. Pp. 95-109

RUBIO LINIERS, María. Cruz., 2008. La imagen virtual de la mujer. De los estereotipos tradicionales al ciberfeminismo. *Revista Feminismo/s de la Universidad de Alicante*. Nº 12. Pp. 168-182

SALVADOR Martínez, María. 2008. La imagen de la mujer en los medios. Exigencias del principio de igualdad. *Revista Feminismo/s de la Universidad de Alicante*. Nº 12. Pp. 185-202.



SAMBADE BAQUERÍN, Iván; TORRES SAN MIGUEL, Laura. 2015. Cuerpo e identidad de género en la sociedad de la información. En, PULEO, Alicia (ed.), *Ecología y género en diálogo interdisciplinar*. Madrid. Plaza y Valdes. Pp. 65-81.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

ISBN(13):9788420639543

Título:LA COMUNICACIÓN NO VERBAL (1992)

Autor/es:Davis, F ;

Editorial:: ALIANZA EDITORIAL

ISBN(13):9788433905475

Título:SOBRE LA TELEVISIÓN

Autor/es:

Editorial:ANAGRAMA

ISBN(13):9788434412460

Título:POLÍTICA Y CULTURA A FINALES DEL SIGLO XX. (2002)

Autor/es:Chomsky, Noam ;

Editorial:: EDITORIAL ARIEL S.A.

ISBN(13):9788437634562

Título:NOLIBERALISMO SEXUAL. EL MITO DE LA LIBRE ELECCIÓN. (1)

Autor/es:Ana De Miguel ;

Editorial:Cátedra. Colección feminismos

ISBN(13):9788472452985

Título:CULTURA Y SIMULACRO

Autor/es:Baudrillard, Jean ;

Editorial:KAIRÓS

ISBN(13):9788484831327

Título:SOCIOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN DE MASAS. CUATRO VOL. (1994)

Autor/es:Moragas, M. ;

Editorial:EDICIONES G. GILI

Otros libros recomendados son:

DEBRAY, D. 1994. *Vida y muerte de la imagen. Historia de la mirada en Occidente*.

Barcelona. Paidós.

GOODY, J. 1990. *La lógica de la escritura y la organización de la sociedad*. Madrid. Alianza.



H. CORROCHANO, E. 1013. *Teoría feminista y antropología. Claves analíticas*. Madrid. Ramón Areces.

LASSWELL, H. D. 1992. "Estructura y función de la comunicación en la sociedad" en M. De Moragas (ed). *Sociología de la comunicación de masas*. Barcelona.

MCQUAIL, D. 1994. *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Barcelona. Paidós.

MERTON R. K. 1980. *Teoría y estructuras sociales*. F.C.E. México.

MUÑOZ, B. 1989. *Cultura y comunicación, introducción a las teorías contemporáneas*. Barcelona. Ed. Barcanova.

MUÑOZ, B. 1995. *Teoría de la pseudo cultura*. Fundamentos, Madrid.

NAVARRO, M. 2008. "La brecha digital de género en España: cambios y persistencias. Revista feminismo/s de la Universidad de Alicante. Nº 12.
http://dialnet.unirioja.es/servlet/listaarticulos?tipo_busqueda=EJEMPLAR&revista_busqueda=7663&clave_busqueda=225569

PLAZA, J. 2005. *Modelos de varón y mujer en las revistas femeninas para adolescentes*. Caracas. Editorial Fundamentos.

TORREGROSA, J. F. 2008. "Comunicación periodística: notas desde una perspectiva de género." Revista feminismo/s de la Universidad de Alicante. Nº 11.
http://dialnet.unirioja.es/servlet/listaarticulos?tipo_busqueda=EJEMPLAR&revista_busqueda=7663&clave_busqueda=202443

VATTIMO, G. ROVATTI, P. A. (Eds.). 2000. *El pensamiento débil*. Madrid. Cátedra.

WOLF, M. 1988. *Sociología de la vida cotidiana*. Cátedra. Madrid.

Esta bibliografía será seleccionada por el/la estudiante para completar sus conocimientos básicos y el trabajo de fin de la asignatura, además de la que el/la estudiante desee ampliar en relación al tema que trate. No obstante, el Equipo Docente podrá aconsejar al alumnado sobre otros textos complementarios, si lo estima oportuno, para la realización correcta de dicho trabajo.



RECURSOS DE APOYO Y WEBGRAFÍA

El alumnado dispone de diversos recursos de apoyo al estudio en esta asignatura. El Equipo Docente está disponible en sus horarios de guardia para consultas telefónicas, con el propósito de orientarle y responder a cualquier duda que pueda tener. Las y los estudiantes también pueden contactar a través del correo electrónico o Foro del Equipo Docente en el curso virtual.

La conexión a Internet posibilita utilizar estos recursos y realizar el trabajo de fin de curso, por lo que tener acceso a la red es necesario para superar esta asignatura. A través del curso virtual se tendrá:

1. Acceso a las lecturas y otro material bibliográfico que estará colgado en el curso virtual, icono Documentos.
2. Mediante los distintos *Foros*, consultar cualquier duda que surja de los contenidos de la materia, además de ver las preguntas que otros alumnos hacen y las respuestas del equipo docente.
3. Web-conferencias colgadas en el curso virtual, icono Documentos.
4. Formar *grupos de trabajo* para trabajar en equipo con otros alumnos si así lo desean.

A través de la conexión a Internet los/as alumnos/as podrán, además, acceder a seminarios, conferencias, programas de televisión y radio de la UNED que sean de interés para esta asignatura, cuando este tipo de recursos multimedia estén disponibles.

IGUALDAD DE GÉNERO

En coherencia con el valor asumido de la igualdad de género, todas las denominaciones que en esta Guía hacen referencia a órganos de gobierno unipersonales, de representación, o miembros de la comunidad universitaria y se efectúan en género masculino, cuando no hayan sido sustituido por términos genéricos, se entenderán hechas indistintamente en género femenino o masculino, según el sexo del titular que los desempeñe.

