GUÍA DOCENTE

Asignatura: Género y lenguaje sexista en publicidad y medios de comunicación

DATOS DE LA ASIGNATURA	
Titulación	Diploma in Humanities and Global Challenges
Curso Académico	2026-27
Créditos	6 ECTS
Tipo de curso	Optativa
Departamento	Departamento de Traducción e Interpretación y Comunicación Multilingüe
Idioma de instrucción	Español
Equipo docente. Nombre y email	Pilar Úcar Ventura: pucar@comillas.edu

BREVE DESCRIPCIÓN

Esta asignatura explora la intersección entre género y lenguaje en el ámbito de la publicidad y los medios de comunicación, con un enfoque particular en el contexto español. A lo largo del curso, analizaremos cómo las representaciones de género en

la publicidad y los medios de comunicación influyen en la percepción y construcción de roles de género en la sociedad, así como su evolución.

Abordaremos la comunicación en un sentido amplio (incluyendo la publicidad, el periodismo, el cine, la televisión y las redes sociales) aplicada a diferentes sectores: empresas, política, deporte, campañas institucionales… Examinaremos el uso del lenguaje sexista y estereotipado, así como las estrategias y prácticas mediáticas que perpetúan la desigualdad de género. El curso abarcará tanto el análisis de contenido mediático como la producción y difusión de mensajes, explorando cómo se construyen y transmiten las narrativas de género en el ámbito comunicativo.

El curso combinará teoría y práctica y a través de estudios de caso, análisis críticos y discusiones en clase, el estudiantado aprenderá a identificar y desafiar el lenguaje y las representaciones sexistas en los medios de comunicación. También exploraremos, por un lado, iniciativas y campañas erróneas desde la perspectiva de género y, por otro lado, otras que buscan promover una comunicación más inclusiva y equitativa, proporcionando herramientas para la creación de contenidos mediáticos que fomenten la igualdad de género.

Este enfoque integral permitirá al alumnado desarrollar una comprensión profunda y crítica del papel del lenguaje y la representación de género en la formación de la opinión pública y las normas sociales, capacitándole, por un lado, para detectar el sexismo que discrimina a las mujeres en los diferentes ámbitos sociales, políticos, económicos y culturales y, por otro lado, para influir positivamente en el ámbito comunicativo.

CONTENIDO Y ESTRUCTURA

TEMA 1: Introducción. Comunicación y perspectiva de género TEMA 2: Estereotipos y roles de género. Lenguaje no sexista.

TEMA 3: Interseccionalidad y medios de comunicación.

TEMA 4: Comunicación corporativa con perspectiva de género.

TEMA 5: Comunicación, género, masculinidades y colectivo LGTBI+

TEMA 6: Comunicación y violencias machistas

TEMA 7: Política, género y comunicación

TEMA 8: Deporte, género y comunicación

TEMA 9: Arte, publicidad y comunicación

METODOLOGÍA

La metodología se basa en un enfoque teórico-práctico, diseñado para promover una comprensión crítica y aplicada de los conceptos tratados. Las sesiones se organizan teniendo como marco los siguientes componentes metodológicos:

- Clases teóricas: Se impartirán sesiones expositivas con PowerPoint (y materiales audiovisuales) en las que se presentarán los conceptos clave, teorías y marcos analíticos relacionados con el género y la comunicación, así como la realidad española vinculada. Estas clases proporcionarán una base sólida para el análisis crítico de los contenidos mediáticos.
- Análisis de casos: Utilizaremos estudios de caso reales de medios de comunicación españoles y globales para ilustrar la temática.
- Ejercicios prácticos: El alumnado realizará ejercicios donde pondrá en práctica los conocimientos adquiridos mediante el análisis de textos, imágenes, vídeos, noticias... o el desarrollo de contenidos comunicativos no sexistas. Estos talleres fomentarán la aplicación de teorías y técnicas de análisis en contextos reales. Podrán ser individuales y/o grupales.
- Discusión y debate: Se promoverá el debate en clase para fomentar el intercambio de ideas y perspectivas entre el alumnado. Estas discusiones permitirán desarrollar habilidades críticas y reflexivas.
- Lecturas y recursos complementarios: Se proporcionará una selección de lecturas y recursos adicionales que el alumnado deberá revisar y discutir en clase. Estas lecturas complementarán las sesiones teóricas y prácticas.
- Evaluación continua: La evaluación se basará en la participación activa en clase y la realización de ejercicios prácticos (individuales y/o grupales). Se priorizará la comprensión y aplicación de los conceptos estudiados.

Esta metodología está diseñada para fomentar una participación activa, crítica y reflexiva del alumnado, facilitando una comprensión profunda y aplicada de las dinámicas de género, lenguaje y comunicación.

Por ello, el requisito imprescindible es tener, como mínimo, un nivel B2 de español, que incluya un relativo dominio del léxico y de la gramática española.

EVALUACIÓN Y CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

Actividades de evaluación	Criterios de evaluación	Porcentaje
EXAMEN FINAL	• Asimilación y expresión de los conceptos teóricos a través de una reflexión escrita el último día de clase • Capacidad crítica	50%
PARTICIPACIÓN ACTIVA EN CLASE Y ASISTENCIA	• Asistencia a las clases presenciales (se penalizarán las faltas no justificadas) • Participación activa en los debates generados • Realización de actividades en el aula (individuales y en grupo) • Capacidad crítica	50%

- El incurrir en una falta académica grave, como es el **plagio** de materiales previamente publicados o el **copiar** en su examen u otra actividad evaluada, **implicarán no poder aprobar la asignatura en la convocatoria ordinaria.**

- Las **tutorías** del alumnado con el profesorado **constituyen una parte esencial del desarrollo de la asignatura**. El alumnado podrá acudir a ellas en cualquier momento, dentro del horario establecido a comienzo de curso. En cualquier caso, se recomienda acordar las tutorías previamente con el profesorado.

- Las **actividades no presenciales** que requieran entrega de un trabajo/tarea etc. serán **presentadas** por el alumnado a través de **Moodle**, siempre en formato PDF.

- Para poder presentarse al examen final es requisito **no haber faltado injustificadamente a más de un tercio de las clases**. De no cumplir este requisito, el alumno o alumna puede perder el derecho a las convocatorias ordinaria y extraordinaria (art. 93.1 del Reglamento General). La no asistencia a la primera hora

de una clase doble significa haber faltado a toda la sesión, independientemente de si la alumna o alumno asista o no a la segunda hora.

"El uso de IA para crear trabajos completos o partes relevantes, sin citar la fuente o la herramienta o sin estar permitido expresamente en la descripción del trabajo, será considerado plagio y regulado conforme al Reglamento General de la Universidad"

TRABAJO DEL ALUMNO/A (en horas)

EN EL AULA	FUERA DEL AULA	TOTAL
60	90	150

BIBLIOGRAFÍA / REFERENCIAS RELEVANTES

Bengoechea Bartolomé, Mercedes (2015). *Lengua y Género*. Editorial: Síntesis.

Cameron, Deborah (2014). *Lenguaje y género: Teoría y práctica*. Editorial: Ediciones Akal.

CHO, Sumi; CRENSHAW, Kimberlé W.; y MCCALL, Leslie (2013). 'Toward a Field of Intersectionality Studies: Theory, Applications, and Praxis', en *Signs: Intersectionality: Theorizing Power, Empowering Theory*, pp. 785–810.

CRENSHAW, Kimberlé W. (1989) 'Demarginalizing the Intersection of Race and Sex: A Black Feminist Critique of Antidiscrimination Doctrine, Feminist Theory and Antiracist Politics', *University of Chicago Legal Forum*, 1989(1), pp. 139–168.

Díaz Martínez, Capitolina, Dema Moreno, Sandra (2013). *Sociología y Género*. Editorial: Tecnos.

Domínguez, Yolanda (2020). *Maldito estereotipo*. Editorial: Lunwerg Editores.

Fernández, Ana (2019). *El lenguaje sexista en la publicidad: Análisis y propuestas*. Editorial: Editorial Alianza.

Martín Barranco, María (2019). *Ni por favor ni por favora*. Editorial: Los Libros de la Catarata.

Martín Barranco, María (2020). *Mujer tenías que ser*. Editorial: Los Libros de la Catarata.

Martín Barranco, María (2022). *Punto en boca*. Editorial: Los Libros de la Catarata.

Moya, Isabel (2021). *Comunicación no sexista: Manual para la reflexión y el cambio*. Editorial: Ediciones Cátedra.

Plaza, Juan F., Carmen Delgado (2007). *Género y comunicación*. Editorial: Fundamentos.

Rodríguez, Pilar, Clara López (2018). *Publicidad y género: Perspectivas y análisis*. Editorial: Editorial UAM.

Sánchez, María José, Raquel Fernández (2020). *Género y comunicación: Una introducción a la perspectiva de género en la comunicación*. Editorial: Cátedra.

Varela, Nuria (2019). *Feminismo para principiantes (edición actualizada)*. Editorial B de Bolsillo.