





**1- Docente/s responsables: (colocar datos por cada docente)**

- Apellido y Nombre Ana Andrada
- N° DNI / CUIL 11192038
- N° Legajo en la UNC 27513
- Cargo Profesora Adjunta exclusiva
- Datos de Contacto (Dirección, Teléfono, email, etc)
- [ana.andrada@unc.edu.ar](mailto:ana.andrada@unc.edu.ar)
- [anaandrada@yahoo.com](mailto:anaandrada@yahoo.com)

- Apellido y Nombre Lilian Gregorio
- N° DNI / CUIL 22953667
- N° Legajo en la UNC 37590
- Cargo profesora Adjunta semidedicada
- Datos de Contacto (Dirección, Teléfono, email, etc)
- [lilian.gregorio@unc.edu.ar](mailto:lilian.gregorio@unc.edu.ar)
- Apellido y Nombre María Leonor Latanzzi
- N° DNI / CUIL 10250421
- N° Legajo en la UNC 31870
- Cargo profesora invitada
- Datos de Contacto (Dirección, Teléfono, email, etc)

**3- Resumen (explicitar en qué consistirá el seminario optativo ó curso libre en no más de 15 renglones).** Esta información resulta relevante ya que se prevee difundir las propuestas de seminarios para que les estudiantes decidan con cierto conocimiento su inscripción/es en los mismos

El presente Seminario es una primera aproximación para identificar el sexismo en los medios de difusión masiva. Textos e imágenes están cargados de patriarcado. Poder revisarlas y reconocerlas aporta para mejorar las múltiples relaciones entre receptores atentos, activos y críticos. El trabajador social, el cientista político o el sociólogo pueden dar cuenta desde su especificidad de las maneras en que se presentan los discursos sociales en las notas periodísticas, en publicidades, en series y novelas. Los estereotipos están presentes y queda en el tratamiento y análisis develar como evidencias, las maneras violentas que generan los discursos en los medios de difusión. Hay formas directas y sutiles que cobra el sexismo mediático.

Reconocer e interpelar es colaborar para que reinstalemos nuevas miradas y actuaciones en la vida social y académica.

Pensar las cuestiones de género es instalar una formación y un debate integral sobre las diversas problemáticas que se concatenan. Este espacio es una invitación a la reflexión y al actuar desde otros modos posibles para identificar el sexismo en los medios de difusión.



#### **4-Fundamentación (explicitar la importancia del desarrollo del seminario optativo o curso libre en no más de una página)**

La problemática del sexismo en los medios de difusión nace en el propio origen, ya que surgen como parte de un sistema cuyas funciones tenían que ver con el control, la vigilancia y distribución de valores en la incipiente sociedad capitalista.

Las formas desiguales de distribución del poder afianzan la mirada patriarcal en las maneras y contenidos de la industria del entretenimiento y la información.

Actualmente están presentes con agudezas que van perneando a la audiencia. Nos interrogamos sobre el equilibrio de derechos entre los diversos géneros. Los estereotipos, la discriminación, descalificación de los múltiples otros, frases que se repiten cargadas de fuerte sentido sexista en la vida cotidiana y que no dejan de reproducirse en las producciones mediáticas, deben ser fuente de ocupación de académicos, educadores populares entre otros.

Niñas y niños, juventudes, adultos mayores y mujeres aparecen en los mensajes publicitarios tomados como parte de los objetos de consumo que propicia el mercado. En las informaciones periodísticas surgen en marcos descontextuados, superficiales con plena intencionalidad de descalificar a los distintos actores. Un mismo evento puede ser tratado de diversas maneras según la dimensión política e ideológica donde se ubiquen los interlocutores.

Intentaremos desentrañar las formas de construcción de los papeles que se dan a los diversos géneros asignados por los medios de difusión, reflexionaremos acerca de los dispositivos para cuidar nuestras formas comunicativas y sociales.

#### **5-Objetivos**

- Identificar perspectivas para reflexionar sobre el sexismo en los medios de difusión
- Analizar mensajes de los medios de difusión
- Proporcionar herramientas para la deconstrucción de mensajes sexistas

#### **6- Contenidos y Bibliografía**

##### **Contenidos**

Los medios de difusión y las formas de socialización.

Los estereotipos su visibilización social

Desigualdad simbólica

Violencia estructural y cultural

Discurso del odio

Género y poder en la publicidad, notas periodísticas

##### **Bibliografía**

Cuba Canales Jazmín, Aguilar Salinas Tatiana, Carranza Escudero Analinda (2009) Reflexiones sobre la presencia del sexismo en los medios de comunicación. Universidad Cesar Vallejo Trujillo

de los Ríos M<sup>a</sup> José , M<sup>a</sup> José de los Ríos ; Martínez, Joaquina (1997) La mujer en los medios de comunicación. Revista Comunicar 9, pp. 97-104 Almería. España

Guerrero Salazar, Susana (2001) El lenguaje sexista en los medios de comunicación.

Universidad de Málaga. Isla de Arriarán Revista Cultural y Científica. N°17, SSN 1133-6293, págs. 405-418

Verdú Delgado, Ana Dolores; Briones Vozmediano, Erica (2016) Desigualdad simbólica y



**Facultad de Ciencias Sociales**  
Universidad Nacional de Córdoba

comunicación: el sexismo como elemento integrado en la cultura. Revista de Estudios de Género. La ventana, vol. V, núm. 44, julio-diciembre, 2016, pp. 24 -50. Universidad de Guadalajara. México

**7-Modalidad de dictado (presencial, frecuencia de dictado, etc)**

Virtual con secuencias sincrónicas y asincrónicas semanal  
Materiales digitalizados  
Foros de Consultas

**8-Evaluación (trabajo escrito o presentación oral de un tema). En caso de ser de Extensión aclarar tipo de Evaluación**

Se requiere presencia activa en los foros y debates  
Presentación de un escrito donde se analice un producto comunicacional cercano a su formación profesional o laboral

Cuatrimestre	Día y horario de cursado sugerido	Cantidad de Encuentros / Características
Segundo cuatrimestre	Martes de 18 a 20 horas virtual	Asincrónico y Sincrónico

Otra información relevante:

Firma del Docente Responsable

Ana Andrada  
Legajo 27513  
Leonor Latanzzi  
Legajo 31870

