



SSC_A_1401_02. Detección de situaciones de discriminación por razón de género en los procesos de comunicación e información

Sku: 129550IN

Horas: 55

Formato: HTML

OBJETIVOS

- Identificar los elementos de la comunicación susceptibles de análisis desde una perspectiva de género.
- Utilizar estrategias y técnicas para analizar los procesos comunicativos desde una perspectiva de género.
- Identificar los tipos de discriminación por razón de sexo en la comunicación y la información.
- Utilizar protocolos para el análisis con perspectiva de género de los sistemas e instrumentos de comunicación utilizados en diferentes ámbitos.
- Aplicar estrategias e instrumentos para detectar estereotipos sexistas y discriminatorios en los contenidos de los mensajes, así como en el lenguaje verbal e icónico.
- Utilizar instrumentos para el registro de situaciones de discriminación por razón de sexo, en la comunicación y la información.
- Valorar la utilidad y la suficiencia de la información recogida.

CONTENIDOS

Unidad 1. Introducción a la comunicación y perspectiva de género

- Introducción
- Conceptos básicos: igualdad, equidad, discriminación, sexo y género
- La igualdad (diferencias entre igualdad formal e igualdad real)
- La equidad
- La discriminación
- Las diferencias entre sexo y género
- La comunicación como base de las interacciones de la sociedad

- Perspectiva de género en los procesos comunicativos
- Necesidad de aplicar la perspectiva de género en los procesos de comunicación
- Elementos de la comunicación susceptibles de análisis de género
- Otros elementos de la comunicación susceptibles de análisis de género
- Resumen

Unidad 2. Roles y estereotipos de género en la comunicación e información

- Introducción
- Definición de roles y estereotipos
- Consecuencias de los roles y estereotipos de género
- Estereotipos de género en la publicidad, en los medios y en las redes sociales
- Publicidad y estereotipos de género
- Los estereotipos de género en los medios de comunicación
- Redes sociales y estereotipos de género
- Estereotipos en la comunicación institucional y organizacional
- La comunicación institucional como generadora de referentes
- La comunicación organizacional interna
- Impacto social y cultural de los estereotipos
- Resumen

Unidad 3. Procesos y formas de discriminación por razón de género en la comunicación

- Introducción
- Microdiscriminaciones en la interacción cotidiana
- Qué son las microdiscriminaciones
- Tipos de microdiscriminaciones en la comunicación
- Microdiscriminaciones institucionales
- Estrategias para identificar y prevenir microdiscriminaciones
- Formas de discriminación directa
- Interseccionalidad y discriminación múltiple
- Discriminación por razón de género en la comunicación
- Resumen

Unidad 4. Análisis de la comunicación y la discriminación con perspectiva de género

- Introducción
- Análisis de los tipos de discriminación en la comunicación e información por razón de sexo
- ¿Qué es la discriminación por razón de sexo en la comunicación?
- Tipos de discriminación por razón de sexo en la comunicación y la información

- Cómo identificar las discriminaciones en mensajes comunicativos
- La importancia del análisis comunicativo con perspectiva de género
- Análisis de la comunicación desde una perspectiva de género Estrategias y técnicas
- Estrategias para incorporar la perspectiva de género en el análisis comunicativo
- Técnicas de análisis con perspectiva de género
- Recomendaciones para aplicar la perspectiva de género en la práctica
- Instrumento de análisis: el análisis crítico del discurso (ACD)
- Dimensiones del discurso: verbal, icónica y simbólica
- Pasos para aplicar el ACD con perspectiva de género
- Beneficios del uso del ACD en la comunicación institucional
- Protocolos para el análisis con perspectiva de género de los sistemas e instrumentos de comunicación utilizados en diferentes ámbitos
- Estructura básica de un protocolo de análisis
- Resumen

Unidad 5. Estrategias e instrumentos para la detección de desigualdades y aplicación práctica de la perspectiva de género en procesos comunicativos

- Introducción
- Métodos de observación y registro de situaciones discriminatorias
- La observación como punto de partida del análisis comunicativo
- Tipos de observación en la detección de desigualdades comunicativas
- El registro: de la observación a la evidencia
- Instrumentos de registro más utilizados
- Criterios de observación eficaz
- Limitaciones y dificultades en los procesos de observación y registro
- Evaluación y validación de la información recogida
- La importancia de evaluar la información
- Criterios básicos de evaluación
- Validación de la información
- Errores más comunes
- Estrategias para la evaluación de la información
- Buenas prácticas en la detección de discriminaciones en distintos contextos
- Las buenas prácticas como estrategias de mejora
- Principios que guían las buenas prácticas
- Ejemplos de buenas prácticas en diferentes ámbitos
- Análisis aplicado: medios de comunicación, publicidad y campañas
- El análisis aplicado como estrategia de transformación
- Estrategias básicas para analizar medios, publicidad y campañas
- Ámbitos de aplicación
- Resumen