

**GUIA DOCENTE DE LA ASIGNATURA
DESCRIPTION OF INDIVIDUAL COURSE UNIT**

Nombre de la asignatura/módulo/unidad y código Course title and code	Curso: Derechos Humanos Medios de Comunicación Módulo: Derechos Humanos
Plan de estudios en que se integra Programme in which is integrated	<i>Human Rights and Mass Media</i> Master Interuniversitario en Cultura de Paz, Conflictos, Educación y Derechos Humanos
Tipo (Obligatoria/Optativa) Type of course (Compulsory/Elective)	Optativa <i>Elective</i>
Curso académico year of study	2009-2010
Fechas Calendar (Semester)	-
Créditos Credits	2.5
Descriptores/Palabras clave Descriptors/Keywords	Derechos humanos, medios de comunicación, análisis crítico del discurso, teorías de la comunicación, campañas, publicidad, propaganda. <i>Human rights, mass media, critical discourse analysi, communication theories, campaigns, advertising, propaganda.</i>
Objetivos (expresados como resultados de aprendizaje y competencias) Objectives of the course (expressed in terms of learning outcomes and competences)	Este curso plantea y profundiza sobre la relación entre los Derechos Humanos y la comunicación social. Se le dará gran relevancia a la capacidad de los medios de comunicación de masas de crear cultura y actuar como un agente socializador, y por otro lado se aportarán herramientas teóricas necesarias para afrontar un análisis crítico del discurso mediático sobre esta cuestión. Además se introducirá sobre las dinámicas de trabajo a la hora de poner en marcha una campaña. <i>This class sets out and go in depth about the relation between Human Rights and the Media. The capability of media to create culture will be focused. In the other side, this course will provide necesary tools to carry out a critical discouse analysi of the Media, about this issue (Human Rights). Moreover the students will be introduced in the professional technics to execute a campaign.</i>
Contenidos Course contents	Tema 1. Teoría y Estructura de la comunicación. Tema 2. Estrategias de comunicación y persuasión

- 2.1 Comunicación y persuasión
- 2.2 Teorías estratégicas básicas
- 2.3 Formas persuasivas de comunicación: Publicidad y propaganda

Tema 3. Medios de comunicación, educación, Derechos Humanos y cultura de Paz.

Tema 4. Derechos Humanos y Cultura de paz en distintos discursos mediáticos: Cine, informativos y publicidad.

Tema 5. El papel del Estado en la producción de productos mediáticos para el fomento de la Cultura de Paz.

Tema 6. Conceptos básicos y orientaciones para poner en marcha una campaña mediática para la Cultura de Paz y los Derechos Humanos.

Unit 1. Theory and Structure of Communication.

Unit 2. Communication and Persuasion Strategies.

Unit 3. Mass Media, Education, Human Rights and Cultura of Peace.

Unit 4. Human Rights and Cultura of Peace in various media discourses: cinema, information and advertising.

Unit 5. The role of the State in the production of media contents for the promotion of Cultura of Peace.

Unit 6. Basic concepts and directions to execute a media campaign to promote Culture of Peace and human rights.

Bibliografía recomendada Recommended reading

- ARAGÓN REYES, M.: *Constitución y democracia*. Madrid: Tecnos, 1989.
- ARCEO VACAS, J.L.: *Tratado de publicidad y relaciones públicas*. Madrid: ICIE, 1999.
- BALAGUER, Maria Luisa, *La mujer y los medios de comunicación*. Málaga: Arguval, 1985.
- BARRANCO, F.J.: *Marketing político*. Madrid: ESIC, 2003
- BARTHES, R.: *Lo obvio y lo obtuso. Imágenes, gestos, voces*. Barcelona: Paidós, 1995.
- BEATO ESPEJO, M.: *Cauces de comunicación de las administraciones públicas con los ciudadanos*. Madrid: Tecnos, 2002.
- BERGER, P., LUCKMANN, T.: *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires: Amorrortu, 1993.
- BLAS GUERRERO, A.: *Teoría del Estado*. Madrid: UNED, 1994.
- CANEL, M.J.: *Comunicación Política. Técnicas y estrategias para la sociedad de la información*. Madrid: Tecnos, 1999.
- CALSAMIGLIA, H y TUSÓN, A.: *Las cosas del decir. Manual de análisis del*

discurso. Barcelona: Ariel, 1999.

CAMPS, V.: "Educación y Cultura Democrática" en GINER, S. (coord.), ARBÓS, X., CAMPS, V., GIL, E., MARRAMAO, G., SAVATER, F. y VALCÁRCEL, A.: *La cultura de la democracia: el futuro*. Barcelona: Ariel, 2000. pp. 97-112

CASTILLO ESPARCIA, A.: "Las relaciones públicas en ámbito político. El lobbying como estrategia de comunicación" en *Revista Internacional de Investigación en Relaciones Públicas, Ceremonial y Protocolo*, nº 2. Sevilla: Universidad de Sevilla, 2003

CHÍAS, J.: *Marketing Público. Por un Gobierno y una Administración al servicio del Público*. Madrid: McGraw-Hill, 1995.

CHOMSKY, N. y HERMAN, E.: *Los guardianes de la libertad: propaganda, desinformación y consenso en los medios de comunicación de masas*. Barcelona: Crítica, 1990

CHOMSKY, N., RAMONET, I.: *Cómo nos venden la moto*. Barcelona: Icaria. 1995.

CONSELL DE L'AUDIOVISUAL DE CATALUNYA: *Libro blanco: La educación en el entorno audiovisual*. Barcelona: 2004.

CORTÉS GONZÁLEZ, A. (2007): *Cultura de Paz y publicidad institucional. El Estado en el fomento de la cultura de paz a través de la publicidad televisiva*. Jaén: 2007

CORTÉS GONZÁLEZ, A. (2009): "Publicidad institucional y Cultura de Paz en los Países Bajos" en *Revista Latina de Comunicación Social*, 64, páginas 612 a 631. La Laguna (Tenerife): Universidad de La Laguna, 2009.
http://www.revistalatinacs.org/09/art/849_UMA/50_67_Cortes.html

CORTÉS GONZÁLEZ, A. (2008): "Publicidad televisiva del Estado y el fomento de la cultura de paz", en *Revista Latina de Comunicación Social*, 63, páginas 98 a 105. La Laguna (Tenerife): Universidad de La Laguna.
http://www.ull.es/publicaciones/latina/2008/11_Malaga/Alfonso_Cortes.html.

DEBRAY, R.: *El estado seductor. Las revoluciones mediológicas del poder*. Buenos Aires: Manantial, 1995.

DEL REY MORATÓ, J.: *Los juegos de los políticos. Teoría general de la Información y Comunicación Política*. Madrid: Tecnos, 1997.

ECHEVARRÍA, J.: *Telépolis*. Barcelona: Destino, 1995.

FERNÁNDEZ BUEY, F.: *Ética y filosofía política*. Barcelona: Edicions Bellaterra, 2000

FERNANDO SEGOVIA, J.: *Derechos Humanos y constitucionalismo*. Madrid: Marcial Pons, 2004.

FERRY, J.M., WOLTON, D. et al.: *El nuevo espacio público*. Barcelona: Gedisa, 1995.

FISAS, V.: *Cultura de Paz y gestión de conflictos*. Barcelona: Icaria, 1998.

FISAS, V.: *La paz es posible. Una agenda para la paz del siglo XXI*.

Barcelona: Bolsillo / Intermon Oxfam, 2002.

GARCÍA LÓPEZ, M.: *Publicidad Institucional: El Estado Anunciante*. Málaga: Universidad de Málaga, 2001.

GARRIDO LORA, M.: *Violencia, televisión y publicidad*. Sevilla: Ediciones Alfar, 2004.

GIDDENS, A.: *La vida en el capitalismo*. Barcelona: Tapia, 2001.

GIDDENS, A.: *Un mundo desbocado. Los efectos de la globalización en nuestras vidas*. Madrid: Taurus, 2000.

GIL CALVO, E.: *El miedo es el mensaje. Riesgo, incertidumbre y medios de comunicación*. Madrid: Alianza Editorial, 2003.

GALTUNG, J.: *Peace by Peaceful Means*. Londres: SAGE Publications, 1996

HÄBERLE, P.: *El Estado constitucional*. México DF: Universidad Nacional Autónoma de México, 2001.

HARTLEY, J.: *Los usos de la televisión*. Barcelona: Paidós, 2000.

JORDAN, G., WEEDON, C.: *Cultural Politics. Class, Gender, Race and the Postmodern World*. Oxford: Blackwell Publishers, 1996

KAPLÚN, M.: *Una pedagogía de la comunicación*. Madrid: La Torre, 1998

LAKOFF, G., JOHNSON, M.: *Metáforas de la vida cotidiana*. Madrid: Cátedra, 1986.

LEÓN, J.L.: *Mitoanálisis de la Publicidad*. Barcelona: Ariel, 2001.

LÓPEZ CALERA, N.M.: *Introducción a los Derechos Humanos*. Granada: Editorial Comares, 2000.

LUCAS, J.: *El desafío de las fronteras. Derechos humanos y xenofobia frente a una sociedad plural*. Madrid: Temas de Hoy, 1994.

MARTÍN SALGADO, L.: *Marketing político. Arte y ciencia de la persuasión en democracia*. Barcelona: Paidós, 2003.

MC BRIDE, S. et al: *Un solo mundo, voces múltiples*, Paris: UNESCO, 1980.

MC LUHAN, M.: *Understanding media: the extensions of man*. Londres: Routledge, 2001

MOLINÉ, M.: *La comunicación activa*. Bilbao: Deusto, 1990.

MORAGAS, de M.: *Teorías de la comunicación. Investigaciones sobre medios en América y Europa*. Barcelona: Gustavo Gili, 1991.

MUÑOZ, B.: *Cultura y comunicación. Introducción a las teorías contemporáneas*. Barcelona: Barcanova, 1989.

NOELLE-NEUMANN, E.: *La espiral del silencio. Opinión pública: nuestra piel social*. Barcelona: Paidós, 1995.

OCDE: *La Administración al servicio del público*. Madrid: Ministerio de Administraciones Públicas, 1996.

ORTEGA CARRILLO, J.A; LORENZO DELGADO, M. Y CARRASCOSA SALAS, M.J. (Ed.): *Derechos Humanos, Educación y Comunicación*. Granada: 1999.

PÉREZ TORNERO, J.M.: *El desafío educativo de la televisión*. Barcelona:

Piados,
1994.

PERLOFF, R.M.: *The Dynamics of Persuasion. Communication and Attitudes in the 21st Century*. Londres: Lawrence Erlbaum Associates, 2003.

PIZARROSO QUINTERO, A.: *Historia de la Propaganda*. Madrid: Eudema Universidad, 1993

QUALTER, T.H.: *Publicidad y democracia en la sociedad de masas*. Barcelona: Piados, 1994.

RABOY, M, DEGENAIS, B (Ed.): *Media, Crisis and Democracy. Mass Communication and the disruption of Social Order*. Londres: SAGE Publications, 1995.

REIG, R.: *Medios de comunicación y poder en España. Prensa, radio, televisión y mundo editorial*. Barcelona: Ediciones Paidós, 1998.

RODRÍGUEZ PALOP, M.E.; CAMPOY CERVERA, I. y REY PÉREZ, J.L. (Ed.): *Desafíos Actuales A Los Derechos Humanos: La Violencia De Género, La Inmigración Y Los Medios De Comunicación*. Editorial Dyckinson, 2005.

ROIZ, M.: *La sociedad persuasora. Control cultural y comunicación de masas*. Barcelona: Paidós, 2002.

RUSHKOFF, D.: *Coerción. Por qué hacemos caso a lo que nos dicen*. Barcelona: La Liebre de Marzo, 2001.

SIMONS, H. W.: *Persuasion in Society*. London: SAGE Publications, 2001.

THOMPSON, J. *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós, 1998.

WILCOX, D. Et al.: *Relaciones Públicas, estrategias y tácticas*. Madrid: Addison-Wesley, 2002.

WOLF, M.: *La investigación de la comunicación de masas. Crítica y perspectivas*. Barcelona: Paidós, 1996.

Legislación y declaraciones oficiales de interés

- Ley 29 /2005 de 29 de diciembre de **Publicidad y Comunicación Institucional** (BOE nº 312, 30 de diciembre de 2005)
- Ley 4/1999 de 11 de mayo, **Reguladora de la Actividad Publicitaria de las Administraciones Públicas de Andalucía**.
- Ley 39/2002 de 28 de octubre de 2002, modificadora de la Ley 4/1999 de 11 de mayo.
- Declaración de los Derechos del Niño de 20 de Noviembre de 1.959.
- Convención sobre los Derechos del Niño de 20 de Noviembre de 1.989.
- Convenio de La Haya de 29 de Mayo de 1.993
- Constitución Española
- Ley Orgánica 8/1.985 de 4 de julio, reguladora del Derecho a la Educación.
- Ley 25/1.994, de 12 de julio por la que se incorpora al ordenamiento jurídico

español la Directiva 89/552/CEE que dedica un capítulo a la protección de los menores frente a la publicidad y la programación televisiva.

-Ley Orgánica 4/2.000 de 11 de enero sobre derechos y libertades de los extranjeros en España y su integración social.

- Ley Orgánica 1/2004 de 28 de diciembre de 2004, de Medidas de Protección Integral contra la Violencia de Género. BOE núm. 313, 29 de diciembre de 2004.

-Real Decreto Legislativo 1/1.995 de 24 de marzo, por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley del Estatuto de los Trabajadores.

-Real Decreto 732/1.995 de 5 de mayo sobre derechos y deberes de alumnos y normas de convivencia.

-Ley 2/1.988 de 4 de abril, de Servicios Sociales de Andalucía.

-Decreto 85/1.999, de 6 de abril, por el que se regulan los derechos y deberes del alumnado y las correspondientes normas de convivencia en los centros docentes públicos y privados concertados no universitarios.

-Declaración sobre una Cultura de Paz, Naciones Unidas, 13 de septiembre de 1999

-Declaración y Programa de Acción sobre una Cultura de Paz, Naciones Unidas, 6 de octubre de 1999.

-Declaración de Principios sobre la Tolerancia, Proclamada y firmada el 16 de noviembre de 1995

-DECLARACION DE PUEBLA, Encuentro de Editores y Directores de diarios de América Latina para una Cultura de Paz. *Puebla, México, el 17 de mayo de 1997*

-Declaración sobre la contribución de las mujeres a una cultura de paz (Cuarta Conferencia Mundial de las Naciones Unidas sobre la Mujer) *Beijing, China, 4-15 de septiembre de 1995.*

-El Derecho Humano a la Paz, Declaración del Director General de la UNESCO, *París, Francia, enero de 1997*

-Declaración Universal de los Derechos humanos, *Adoptado y proclamada por la Resolución de la Asamblea General de la ONU, el 10.*
<http://www.un.org/es/documents/udhr/>

Métodos docentes
Teaching methods

Clase presencial
Debates
Análisis de discursos mediáticos
Supuestos prácticos

Tipo de evaluación y criterios de calificación
Assessment methods

Trabajo monográfico: 90%
Test: 10%
Se evaluará los conocimientos sobre medios de comunicación, y las competencias para analizar críticamente los mensajes. El test revisará el manejo de contenidos teóricos básicos.

Nombre del profesor(es) y dirección de contacto para tutorías

Name of lecturer(s) and address for tutoring

UGR: Alfonso Cortés González

UCO:

UCA:

UMA: Alfonso Cortés González

UGR:

UCO:

UCA:

UMA: