

NOMBRE DE LA ASIGNATURA O UNIDAD DE APRENDIZAJE MEDIOS Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y MENSAJES INFORMATIVOS
--

CICLO Segundo semestre

CLAVE DE LA ASIGNATURA MCFI

OBJETIVO(S) GENERAL(ES) DE LA ASIGNATURA

- Conocer la forma en que los medios de comunicación ejercen el derecho a la información.
- Analizar semióticamente los mensajes que se transmiten a través de los medios de comunicación.

OBJETIVO(S) ESPECÍFICO(S)

- Estudiar la relación de la comunicación con el derecho a la información
- Conocer los diferentes sujetos de la relación comunicación-medios y las formas de explotación de los medios de comunicación y empresas informativas.
- Aprender qué es la semiótica y cómo se puede utilizar para el análisis de los mensajes que transmiten los medios de comunicación.

TEMAS Y SUBTEMAS

TEMA I LA COMUNICACIÓN Y EL DERECHO A LA INFORMACIÓN

1.1 Conceptos básico

1.2 Diferencia entre la comunicación y el derecho a la información

TEMA II EL SUJETO CUALIFICADO Y ORGANIZADO. LA CONCESIÓN DE LOS MEDIOS

2.1. Sujeto cualificado (periodista) y Sujeto Organizado (empresa informativa)

2.2. Constitución de sociedades (sociedad civil y sociedad anónima)

1.2. La explotación de medios de comunicación

1.2.1 Licitaciones

TEMA III DIFERENTES TIPOS DE INFORMACIÓN TRANSMITIDOS POR LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

3.1. La noticia, el rumor y el sensacionalismo

3.2. El Mensaje

3.3. La Publicidad

3.4. La Propaganda

TEMA IV SEMIÓTICA

- 4.1 Concepto de Semiótica y Cultura
- 4.2 Los signos lingüísticos
- 4.3 Formaciones discursivas
- 4.4 Marcas semánticas y el semema

ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

Exposiciones
Entrega de reportes de lectura
Análisis de textos

CRITERIOS Y PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN

Asistencias: 80 % para tener derecho a calificación: 4 inasistencias se reprueba el curso. 3 Retardos (15 minutos) equivalen a una inasistencia.
Entrega de reportes de lectura 25%.
Exposiciones 25%.
Entrega de un ensayo final con temas relacionados con la materia 50%.

BIBLIOGRAFÍA

BELL MALLEN Y CORREDOIRA Y ALFONSO, Loreto, *Derecho de la Información*, ed. Ariel, España, 2003
COUSIDO GONZÁLEZ, María del Pilar, “Derecho de la Comunicación Audiovisual y de las Telecomunicaciones”, *Derecho de la Comunicación*, Editorial COLEX, Vol. II., Madrid, España, 2001
DESANTES GUANTER, José María, *La información como deber*, Editorial ABACO, Buenos Aires, Argentina, 1980
DESANTES GUANTER, José María, *La información como derecho*, Editorial NACIONAL, Madrid, España, 1974
ECO, Umberto, *Tratado de semiótica general*, Carlos Manzano (trad.), Ed. LUMEN, 5º edición, Barcelona, España, 2002
FOUCAULT, Michel, *Estrategias de poder. Obras esenciales*, Tomo II, Editorial PAIDOS, España, 1999
LEÓN, José Luis, *Persuasión de masas*, Editorial DEUSTO, Argentina, 1999
MENDEZ, Rosa M. y VIALTA A. Esther, *La publicidad ilícita: engañosa, desleal, subliminal y otras*, Editorial BOSCH, Barcelona, España, 1999
SÁNCHEZ NORIEGA, José Luis, *Comunicación, poder y cultura*, Nossa y Jara Editores, Madrid, España, 1998
VALLÉS COPEIRO DEL VILLAR, Antonio, *Curso de Derecho de la Comunicación Social*, Ed. Tirant Lo Blanch, Valencia, España, 2005

PERFIL DEL DOCENTE

Grado Doctor o Maestro, con especialización o publicaciones en Derecho de la Información y Semiótica.