

CURSO	:	ÉTICA DE LAS COMUNICACIONES
TRADUCCIÓN	:	MEDIA ETHICS
SIGLA	:	COM200
CRÉDITOS	:	10
MODULOS	:	02
REQUISITO	:	COM118 ó EQUIVALENTES y 200 CRÉDITOS
CARÁCTER	:	MÍNIMO
DISCIPLINA	:	COMUNICACIONES

I. DESCRIPCIÓN

El curso se propone entregar a los alumnos conocimientos acerca de los principios éticos que orientan la comunicación mediada -periodismo, ficción, comunicación estratégica, publicidad- y herramientas de discernimiento para la resolución de dilemas éticos en el ejercicio de la profesión.

II. OBJETIVOS

Generales

1. Conocer los principios éticos que orientan al comunicador y a las empresas u organizaciones mediales y ser capaz de debatir en torno a dilemas éticos y de discernir y optar por soluciones adecuadas a una comunicación socialmente responsable.

Específicos

1. Conocer el propósito social de las distintas acciones de comunicación mediada y los valores en que se sustentan.
2. Identificar diferentes aproximaciones éticas relevantes a la comunicación mediada y sabrá en cuál de ellas está sustentándose al momento de tomar sus decisiones éticas.
3. Conocer los ámbitos en que se suelen producir con mayor frecuencia problemas éticos en el área de las comunicaciones y los principios éticos que se ven involucrados en ellos.
4. Debatir en torno a casos que presentan dilemas éticos y optar por soluciones sustentadas en los principios éticos de la comunicación.
5. Conocer la responsabilidad social que corresponde a las diferentes empresas de comunicaciones.

III. CONTENIDOS

1. Fundamentos y teorías para la discusión ética en comunicaciones.
2. El fin y valores de la comunicación periodística, corporativa y dramático-audiovisual.
3. Interrelación de periodismo, comunicación estratégica y comunicación dramático-audiovisual.
4. El concepto de libertad de expresión y de derecho a la información.
5. El concepto de verdad y objetividad en las comunicaciones de ficción y no ficción.
6. Honor y honra en las comunicaciones.
7. Derecho a la vida privada.
8. Derecho a la propia imagen.
9. La denuncia.
10. El sensacionalismo.
11. El infotainment o tele-realidad.
12. Relación y responsabilidad social hacia la audiencia.
13. Relación y lealtad hacia la empresa contratante.
14. Ética en la generación de productos comunicacionales.

IV. METODOLOGÍA

- Lectura y discusión crítica de autores.
- Discusión de casos.
- Investigación y presentación de los alumnos.

V. EVALUACIÓN

- Pruebas escritas.
- Investigación y presentación.
- Examen.

VI. BIBLIOGRAFÍA

- Aznar, Hugo "La autorregulación de los medios". En: *Ética y Periodismo: códigos, estatutos y otros documentos de autorregulación*. Barcelona, Ed. Paidós. 1999.
- Barthes, Roland *La Torre Eiffel. Textos sobre la imagen*. Barcelona, Ed. Paidós, 2001.
- Bonete, Enrique *Ética de la Comunicación Audiovisual*. Madrid, Editorial. Tecnos, 2000.
- Commission on Freedom of the Press-Commission Hutchins, The *A Free and Responsible Press*. Chicago University Press. Chicago, 1947.
- Fuenzalida, Valerio *Expectativas educativas de las audiencias televisivas*. Enciclopedia Latinoamericana de Sociocultura y Comunicación. Santiago, Ed. Grupo Norma, 2005.
- Horkheimer, Max y Adorno, Theodor *Dialéctica de la ilustración. Fragmentos filosóficos*. Madrid, Ed. Trotta, 2005.
- Leslie, Larry Z. *Mass Communication Ethics. Decision Making in Postmodern Culture*. Boston, Houghton Mifflin Company, 2000.
- Mill, John Stuart "De la libertad de pensamiento y de discusión". En: *Sobre la Libertad. El Utilitarismo*. Madrid, Ed. Alianza, 1997.
- Mongin, Olivier *Violencia y cine contemporáneo*. Barcelona, Paidós, 1999.
- Seeger, Matthew W. *Ethics and organizational communication*. Hampton Press, 1997.
- Sontag, Susan *Ante el dolor de los demás*. Madrid, Ed. Alfaguara, 2003.
- Sontag, Susan *Contra la interpretación*. Madrid, Ed. Alfaguara, 1996.
- Soria, Carlos *El laberinto informativo: una salida ética*. Navarra, Pamplona, Ediciones Universidad de Navarra, 1997.
- Thompson, John B. *La transformación de la visibilidad*. Estudios Públicos, N°90. Santiago, 2003.

Revistas académicas

- Cuadernos de Información
- Comunicación y Sociedad
- Communication quarterly
- Communication. The European journal of communication research
- Journal of communication
- Journal of mass media ethics
- Media culture and society
- Media management and economics
- Public relations
- Visual communication

Recursos Web

- Sitios web especializados en ética de las comunicaciones.