



República Bolivariana de Venezuela
Universidad Bicentaria de Aragua
Vicerrectorado Académico
Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales
Escuela de Comunicación Social



Materia	Semestre	Código	Prelación
PRINCIPIOS, VALORES Y ÉTICA EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN	VII	MCD722	111 U.C.

Unidades de crédito	Obligatoria	Electiva	Densidad horaria		
			Horas Asesorías	Horas Aprendizaje	Horas Totales
02	X		03	00	03

JUSTIFICACIÓN

Son muchas las horas que los individuos de una sociedad dedican a recibir mensajes de los medios de los Comunicación Social y no poca de la fuerza que estos para condicionar o incluso modelar su cultura, su pensar y su actuar. Ante este potencial, con todas sus cualidades o su uso deformado, la cátedra de principios, valores y ética en los medios de Comunicación Social debe proporcionar e incentivar al futuro profesional un inventario del poder y los efectos de los massmedias para que medite sobre que su responsabilidad va mucho más allá de elaboración de mensajes con técnicas más mediáticas.

OBJETIVO GENERAL

Analizar la responsabilidad de los medios de comunicación al influir en un número masivo de receptores, los efectos que sus mensajes causan en la actualidad; la relación que establece entre la audiencia y los medios de comunicación de masas y el rol activo que tiene el comunicador social dentro de éste proceso.

CONTENIDO

UNIDAD I	IMPORTANCIA DE LA COMUNICACIÓN DE MASAS COMO PROCESO SOCIAL: Características el proceso de la comunicación de masas. Producto Cultural Masivo. Concepto de masas. Teorías de los efectos de los medios de Comunicación Social. Introducción aportes de Harold Lasswell. Teoría del Reforzamiento. Teoría de los agentes cooperantes. Teoría de los efectos del estímulo. Teoría del aprendizaje por observación. Teoría del aprendizaje por imitación. Teoría de la catarsis. Teoría de la espiral del silencio. Teoría del cultivo. Teoría de la modelación. La audiencia de los medios de Comunicación Social. Teoría de los usos y gratificaciones de los medios. Ética, medios de comunicación y responsabilidad social. El recto manejo de los MM. Recepción crítica y responsabilidad ciudadana. Función del estado.
UNIDAD II	MEDIOS DE LA COMUNICACIÓN INFORMATIVOS Y SOCIEDAD: Organización y papel de los medios informativos. Definir medio informativos. Labor de los medios informativos en el campo de las fuerzas sociales. ¿Compromiso Vs Neutralidad? Características de los medios Informativos y los periodistas en su relación con la audiencia. Universidad Teorías Selección. La agenda Setting. El gate Keeper. El Advocate. Objetividad y honestidad. Análisis crítico de códigos de ética profesional del periodista. Ámbito Mundial. Ámbito latinoamericano. Ámbito venezolano.


Dr. José Domingo Mora Márquez
 Secretario



República Bolivariana de Venezuela
Universidad Bicentaria de Aragua
Vicerrectorado Académico
Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales
Escuela de Comunicación Social



ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS

- Revisión previa de la bibliografía.
- Interacción docente-alumno.
- Discusión dirigida.
- Lectura dirigida.
- Trabajo guiado.
- Trabajo práctico.
- Trabajo de campo.
- Debate dirigido.

ESTRATEGIAS DE EVALUACIÓN

- Revisión de conclusiones.
- Revisión trabajo práctico.
- Lista de cotejo.
- Revisión de trabajo escrito.
- Participación individual.
- Evaluación de trabajo práctico.

REFERENCIAS

- ALBINA, MUGUEL RODRIGO. (1996) La Construcción de la Noticia. Editorial Paidós.
- GOMIS, LORENZO (1989) Teoría del Periodismo editorial Paidós
- DE FLEUR M Y BALL-ROCK HEAD S. (1986) Teorías de la Comunicación de masas. Editorial Paidós.
- HALLORAN, JAMES D. (1974) Los efectos de la Televisión. Editora Nacional. Madrid.
- McQUAIL, DENIS. (1991) Introducción a la Teoría de la Comunicación de masas. . Editorial Paidós.
- CUENCA DE HERRERA, GLORIA. (1995) Ética para periodistas. Editorial Kinesis, Caracas.


Dr. José Domingo Mora Márquez
Secretario