



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 SOCIAL	VII	MCD722	111 u.c. aprob.

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 Comunicación Social. Por ello, la cátedra de Principios, valores y ética en los medios de Comunicación Social debe proporcionar al futuro profesional un inventario del poder y los efectos de los medios de comunicación con la finalidad de que el comunicador entienda su responsabilidad en la elaboración de mensajes, ya que estos pueden condicionar o incluso modelar la cultura, el pensar y el actuar de la población.

OBJETIVO GENERAL

Analizar la responsabilidad de los medios de comunicación al influir masivamente en los receptores de los mensajes, los efectos que causan; la relación que se 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 del proceso de la comunicación de masas. Producto Cultural Masivo. Concepto de masas. Teorías de los efectos de los medios de Comunicación Social. 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 COMUNICACIÓN INFORMATIVOS Y SOCIEDAD: Organización y papel de los medios informativos. Definir medios 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. 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.

Dra. Edilia Teresa Papa Arcila
Secretaría General



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, Miguel Rodrigo (1996). La construcción de la noticia. Editorial Paidós.
- GOMIS, Lorenzo (1989). Teoría del Periodismo. Editorial Paidós
- DE FLEUR, M Y BALL-ROCK, Heads (1986). Teorías de la comunicación de masas. Editorial Paidós.
- HALLORAN, James (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.

Dra. Edilia Teresa Papa Arcila
Secretaria General