



UNIVERSIDAD FERMIN TORO
VICE RECTORADO ACADEMICO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y SOCIALES
ESCUELA DE COMUNICACION SOCIAL

PROGRAMA INSTRUCCIONAL

DEONTOLOGIA DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

CODIGO		SEMESTRE	U.C	DENSIDAD HORARIA				PRE - REQUISITO
ASIGNADO	EQUIVALENTE			H.T	H.P/H.L	H.A.	THS/AÑO	
DCS-742		VII	4	4			4/64	S/P

Especialista en contenido:	DR. JOSÉ BOADA LIC. MARIA DEL R. JAIMES DR. JESÚS ANTONIO HERRERA	AUTORIZADO POR: VICE-RECTORADO ACADÉMICO (FIRMA Y SELLO)
Fecha de elaboración:	JUNIO, 2.001	
Elaborado por:	LIC. MARIA DEL ROSARIO JAIMES	

FUNDAMENTACION

Los participantes del programa realizarán un análisis sobre lo que es Deontología de la Comunicación, sus alcances e importancia, y los principios que tienen para su conocimiento.

El presente programa consta de 05 unidades, las cuales se describen a continuación:

- I Unidad: Deontología y Deontología de la Comunicación.
- II Unidad: Obligaciones éticas y la verdad.
- III Unidad: Obligaciones éticas y la Justicia
- IV Unidad: Código de Etica Profesional.
- V Unidad: Leyes y Normas del Periodista.

Como modalidad y estrategia de enseñanza se recomienda una exhaustiva revisión bibliográfica que permitirá una mejor comprensión de la materia: Discusiones dirigidas, debates, exposiciones, reflexiones sobre temas de actualidad.

Utilizando las estrategias de estudio siguientes entre otras: Exposición del docente, análisis bibliográfico, estudio de casos.

OBJETIVO GENERAL DE LA ASIGNATURA

Analizar la importancia de la profesión desde el punto de vista axiológico; y los principios generales que rigen el ejercicio de la profesión para poner en relieve los principios y valores que la justifiquen.

UNIDAD I		OBJETIVO TERMINAL	
LA DEONTOLOGÍA EN LA COMUNICACIÓN SOCIAL		IDENTIFICAR LAS CARACTERÍSTICAS DEONTOLÓGICAS DEL COMUNICADOR SOCIAL.	
DURACION			
4 SEMANA			
EVALUACION			
20 %			
OBJETIVOS ESPECIFICOS	CONTENIDO	ESTRATEGIAS DE INSTRUCCIÓN	
1. Identificar conceptos de deontología. Origen y diferenciar con la ética. 2. Identificar concepto de verdad y veracidad. 3. Identificar diferencias entre información interpretación y opinión.	• Concepto de Deontología. Origen histórico. Diferencias entre ética y deontología. La Deontología de la Comunicación. • Verdad y Veracidad. Error y mentira. • Certeza y probabilidad y duda. • Información, Interpretación. Opinión. • Publicidad, propaganda y relaciones públicas. • Información, Educación y diversión. • Terminología básica: Moral, Norma Equidad, Axiología, Racionalidad, Justicia, Comunicación Significativa.	• Revisión bibliográfica. • Discusión estructurada.	
ESTRATEGIAS DE EVALUACION:			
• Exposiciones. • Presentación de cartelera. • Jornadas de valores.			

UNIDAD II		OBJETIVO TERMINAL	
OBLIGACIONES ÉTICAS Y LA VERDAD		ANALIZAR CUALES SON LAS PRINCIPALES OBLIGACIONES ÉTICAS EN EL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL.	
DURACION			
4 SEMANAS			
EVALUACION			
20%			
OBJETIVOS ESPECIFICOS	CONTENIDO	ESTRATEGIAS DE INSTRUCCIÓN	
• Identificar la objetividad informativa. • Identificar conceptos de sensacionalismo, violencia, sexo, censura, autocensura y relaciones con las obligaciones éticas presentes en la Comunicación Social.	• Conocimiento de las obligaciones éticas con relación a la verdad: • Areas de especialización en el ejercicio de las Relaciones Públicas: - Verdadera y falsa objetividad imprevista. - Periodismo interpretativo y de opinión. - Sensacionalismo, Violencia y Sexo. - La censura y auto censura. - El acceso a las fuentes. - Condición del secreto profesional. • Terminología básica: Derecho, Hermeneútica, Democracia, Participación, Intermediación y Acciética.	• Revisión de la Literatura. • Controles de lecturas. • Exposiciones orales. • Discusión estructurada para confrontación de enfoque e ideas.	
ESTRATEGIAS DE EVALUACION:			
• Talleres vivenciales. • Prueba parcial escrita. • Exposiciones.			

UNIDAD III		OBJETIVO TERMINAL	
OBLIGACIONES ÉTICAS Y LA JUSTICIA		ANALIZAR LAS OBLIGACIONES ÉTICAS Y SU RELACIÓN CON LA JUSTICIA.	
DURACION			
4 SEMANAS			
EVALUACION			
30 %			
OBJETIVOS ESPECIFICOS	CONTENIDO		ESTRATEGIAS DE INSTRUCCIÓN
1. Identificar concepto de Derecho de respuesta y derecho a réplica. 2. Identificar concepto de respecto a la vida . 3. Identificar concepto a la moralidad y su interrelación con la Seguridad Nacional. 4. Identificar concepto de información y relacionarlo con bien común y clases sociales.	• Obligaciones éticas en relación con la justicia: • Derecho a respuesta y derecho a réplica. • Límite a la información persuasiva. • Respecto a la vida privada. Sus condiciones. • Moralidad Pública y Seguridad Nacional. • Información y bien común. • Información y clases sociales. • La constitución de la República Bolivariana de Venezuela. • Terminología básica: Pluriculturalidad, Alienación, Transculturización.		• Revisión Bibliográfica. • Discusión Estructurada. • Estudio de Casos. • Exposiciones Orales.
ESTRATEGIAS DE EVALUACION:			
• Informe sobre estudios de casos. • Análisis crítico sobre la ética del periodista y la publicidad. • Prueba parcial escrita.			

UNIDAD IV		OBJETIVO TERMINAL	
CÓDIGOS DE ÉTICA PROFESIONAL		ANALIZAR LAS DIFERENTES CÓDIGOS DE ÉTICAS QUE RIGEN HA VIDA PROFESIONAL DEL COMUNICADOR SOCIAL.	
DURACION			
4 SEMANAS			
EVALUACION			
30 %			
OBJETIVOS ESPECIFICOS	CONTENIDO	ESTRATEGIAS DE INSTRUCCIÓN	
1. Identificar concepto y fundamentación sobre códigos de ética que rige la profesión. 2. Identificar los diferentes códigos que se encuentran vigente a nivel nacional, latinoamericano y mundial.	• Código de ética. Origen. Fundamentos, Evolución – Estudio de casos: Venezolano, latinoamericano y mundial. • Estudio de casos. Concretos sobre violación de la ética profesional: prensa, revistas, radio, TV, cine y teatro, Publicidad y Relación Públicas.	• Revisión Bibliográfica. • Discusión Estructurada. • Estudio de Casos. • Exposiciones Orales.	
ESTRATEGIAS DE EVALUACION:			
• Trabajo final sobre el código de ética. • Exposición. • Conferencia con personaje invitado.			

BIBLIOGRAFIA

Aguirre J.M. Rusbal M. **La Ideología como Mensaje y Mensaje**. Monte Avila. Caracas. 1981.

Aguirre J.M. **Derecho a la Comunicación**. Centro Gumilla. España. 1997.

Aranguren J.L. **La Comunicación Humana**. Guaderhatama. Madrid.1968.

Branovic I. **Deontología Periodística**. Hunsu. Pamplona. Colombia. 1969.

Cuenca de Herrera Gloria. **Etica para Periodistas**. Editorial Kenesis. España.1995.

Gil Restrepo Silvio. **Etica de las Relaciones Humanas**. Grupo Editorial Latinoamericana. México. 2000.

Rey J.L. **Colección de Ensayos sobre Ética, Comunicación y Política**. Caracas. 1974.