

PROGRAMA DE ESTUDIO

I Identificación

Carrera	Ciencias de la Comunicación	Pre-requisito	COM203
Asignatura	Sociedad de la Información y Opinión Pública	Carga horaria semestral/anual	77
Año/Semestre	Anual	Carga horaria semanal	2
Código de identificación	COM406	Clases teóricas	40
Área de formación	Básica	Clases prácticas	60
Plan curricular	2021	Créditos	
Versión del programa	01		

II Fundamentación

El curso “**Sociedad de la Información, Comunicación y Opinión Pública**” se basa en el análisis de cómo la revolución tecnológica y la digitalización han transformado la dinámica de la información y el impacto de esta en la sociedad contemporánea. En la Sociedad de la Información, el conocimiento se convierte en el principal recurso estratégico, impulsado por el desarrollo de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC). Este contexto modifica radicalmente la forma en que los medios de comunicación operan, influenciando la opinión pública, la interacción social y la gobernanza democrática.

La creciente globalización y la creciente desigualdad en el acceso a la información generan nuevos desafíos éticos que deben ser analizados críticamente. Al mismo tiempo, los fenómenos como la desinformación, la manipulación mediática y el poder de los algoritmos reconfiguran las bases de la comunicación pública, haciendo imperativa la alfabetización digital. Este curso, por tanto, busca desarrollar competencias tanto genéricas como específicas, que permitan a los estudiantes entender el entorno mediático actual, analizar el rol de las TIC en la formación de la opinión pública, y reflexionar críticamente sobre los aspectos éticos y de responsabilidad inherentes a la gestión de la información en la era digital.

MISIÓN

La Facultad de Filosofía de la Universidad Nacional del Este, es una Institución de Educación Superior, formadora de profesionales competentes en las áreas sociales y humanidades de los niveles de grado y postgrado, fomentando la calidad de la docencia, investigación y extensión, para responder a los requerimientos de la sociedad.

VISIÓN

Ser una institución que asume los desafíos del entorno con responsabilidad social, formando profesionales competentes en el marco de la docencia, investigación y extensión.

III Competencias genéricas

- Desarrolla una capacidad crítica y analítica que permita evaluar y sintetizar información de diversas fuentes, así como formular juicios fundamentados sobre diferentes contextos sociales y comunicativos.
- Fomenta un pensamiento ético y reflexivo que guíe la toma de decisiones en situaciones complejas, considerando las implicaciones morales y sociales de las acciones en el ámbito de la comunicación.
- Comunica de manera efectiva en diferentes contextos, utilizando un lenguaje claro y apropiado para diversas audiencias, así como empleando herramientas y formatos variados para transmitir mensajes.
- Colabora en equipo y trabajar de manera conjunta, promoviendo un ambiente de respeto, confianza y comunicación abierta, y contribuyendo al logro de objetivos comunes.
- Desarrolla capacidad de adaptación a entornos tecnológicos cambiantes, demostrando flexibilidad y disposición para aprender nuevas herramientas y metodologías que faciliten el trabajo en un contexto digital.
- Resuelve problemas de manera creativa, utilizando técnicas innovadoras y enfoques originales para enfrentar desafíos en el ámbito de la comunicación y la información.
- Gestiona el tiempo de forma eficiente, organizando tareas y priorizando actividades de manera efectiva para cumplir con plazos y objetivos establecidos.
- Innova en el uso de herramientas digitales, explorando y aplicando nuevas tecnologías que mejoren la calidad y la efectividad de los procesos comunicativos.
- Comprende de manera interdisciplinaria el entorno social, integrando conocimientos de diferentes disciplinas para abordar problemas complejos desde múltiples perspectivas.
- Asume una responsabilidad social y compromiso ético en el ejercicio de la comunicación, reconociendo la importancia de la veracidad y la transparencia en la información que se difunde.
- Desarrolla habilidades de investigación que permitan identificar, evaluar y utilizar fuentes de información de manera efectiva y ética en el proceso comunicativo.
- Adopta decisiones informadas y argumentadas, basándose en datos y evidencias sólidas, y considerando diversas opiniones y perspectivas antes de llegar a conclusiones.
- Maneja la información de manera competente, seleccionando, organizando y presentando datos relevantes que faciliten la comprensión y el análisis en contextos comunicativos.

MISIÓN

La Facultad de Filosofía de la Universidad Nacional del Este, es una Institución de Educación Superior, formadora de profesionales competentes en las áreas sociales y humanidades de los niveles de grado y postgrado, fomentando la calidad de la docencia, investigación y extensión, para responder a los requerimientos de la sociedad.

VISIÓN

Ser una institución que asume los desafíos del entorno con responsabilidad social, formando profesionales competentes en el marco de la docencia, investigación y extensión.

- Aprende de manera autónoma y continua, mostrando iniciativa en la búsqueda de conocimiento y la mejora personal a lo largo del proceso educativo y profesional.
- Aplica conocimientos teóricos a problemas prácticos en el ámbito de la comunicación, demostrando la capacidad de traducir teorías en acciones efectivas en contextos reales.

IV Competencias específicas

- Analiza críticamente el concepto de Sociedad de la Información, evaluando sus características y consecuencias en la vida cotidiana y en las estructuras sociales contemporáneas.
- Interpreta la evolución de los medios de comunicación a lo largo del tiempo, comprendiendo cómo han cambiado sus funciones y formatos en respuesta a las demandas sociales y tecnológicas.
- Comprende la influencia de las TICs en la transformación social, identificando cómo estas tecnologías impactan la interacción humana, la difusión de información y la cultura.
- Evalúa la brecha digital y su impacto global, analizando cómo las desigualdades en el acceso a la tecnología afectan la equidad en la información y la participación social.
- Aplica principios éticos en el acceso a la información, reconociendo la importancia de la ética en la divulgación y el consumo responsable de datos en el entorno digital.
- Profundiza en las teorías sobre la formación de la opinión pública, identificando los factores que influyen en su desarrollo y cómo afectan la dinámica política y social.
- Identifica los factores que influyen en la opinión pública, evaluando el papel de los medios, las redes sociales y otros agentes en la configuración de percepciones y actitudes.
- Analiza la relación entre periodismo y opinión pública, examinando cómo el periodismo influye en la construcción de la opinión colectiva y su papel en la democracia.
- Evalúa la influencia de los medios en la agenda pública, investigando cómo los medios de comunicación determinan qué temas son relevantes en el discurso social.
- Analiza las estrategias de desinformación y manipulación mediática, identificando tácticas utilizadas para influir en la percepción pública y cómo contrarrestarlas.
- Utiliza herramientas digitales para la verificación de información, aplicando técnicas y recursos que permitan discernir la veracidad de los contenidos en línea.

MISIÓN

La Facultad de Filosofía de la Universidad Nacional del Este, es una Institución de Educación Superior, formadora de profesionales competentes en las áreas sociales y humanidades de los niveles de grado y postgrado, fomentando la calidad de la docencia, investigación y extensión, para responder a los requerimientos de la sociedad.

VISIÓN

Ser una institución que asume los desafíos del entorno con responsabilidad social, formando profesionales competentes en el marco de la docencia, investigación y extensión.

- Identifica las implicaciones del big data en la formación de la opinión pública, comprendiendo cómo la recopilación y análisis de grandes volúmenes de datos afectan el comportamiento social.
- Evalúa la privacidad y los derechos de los usuarios en la era digital, analizando los desafíos legales y éticos relacionados con la recopilación y uso de datos personales.
- Reflexiona críticamente sobre la concentración de medios y su impacto en la pluralidad, considerando cómo la propiedad de los medios afecta la diversidad informativa y la representación social.
- Analiza el papel de los algoritmos en la personalización de la información, evaluando cómo influyen en el consumo de noticias y en la percepción pública de los hechos.
- Evalúa la ética en la difusión de información, considerando las responsabilidades de los comunicadores en la veracidad y la representación justa de los hechos.
- Comprende el impacto de las redes sociales en la opinión pública, investigando cómo estas plataformas afectan la formación y expresión de opiniones en la sociedad.
- Identifica los retos y oportunidades del periodismo digital, analizando cómo el entorno digital transforma las prácticas periodísticas y la relación con la audiencia.
- Reflexiona sobre el rol de los influencers en la construcción de la opinión pública, considerando su influencia en la percepción de temas sociales y políticos.
- Investiga y medir la opinión pública en entornos digitales, aplicando metodologías adecuadas para captar las percepciones y actitudes de la audiencia en el mundo en línea.

V Contenidos programáticos

5.1 Unidad I - Introducción a la Sociedad de la Información. (10 h)

5.1.1 Definición y características de la Sociedad de la Información

5.1.1.1 Definición conceptual y su relación con la revolución tecnológica.

5.1.1.2 Rol de la información como recurso estratégico.

5.1.1.3 Digitalización y la convergencia de medios.

5.1.1.4 Redes de comunicación global: internet y conectividad.

5.1.1.5 La centralidad del conocimiento en la economía y la sociedad

5.1.2 Evolución de los medios de comunicación y su impacto en la sociedad

5.1.2.1 De la imprenta a los medios digitales: hitos principales.

MISIÓN

La Facultad de Filosofía de la Universidad Nacional del Este, es una Institución de Educación Superior, formadora de profesionales competentes en las áreas sociales y humanidades de los niveles de grado y postgrado, fomentando la calidad de la docencia, investigación y extensión, para responder a los requerimientos de la sociedad.

VISIÓN

Ser una institución que asume los desafíos del entorno con responsabilidad social, formando profesionales competentes en el marco de la docencia, investigación y extensión.

- 5.1.2.2 El surgimiento de la radio y la televisión como medios masivos.
- 5.1.2.3 La era de internet y los medios sociales como plataformas de información.
- 5.1.2.4 Medios tradicionales vs. nuevos medios: coexistencia y adaptación.
- 5.1.2.5 Impacto en la participación ciudadana y la opinión pública
- 5.1.3 Las TIC como agentes de transformación social
 - 5.1.3.1 Tecnologías disruptivas: internet, inteligencia artificial, blockchain.
 - 5.1.3.2 TIC en la educación: aprendizaje en línea y recursos digitales.
 - 5.1.3.3 TIC y su papel en la inclusión/exclusión social.
 - 5.1.3.4 Impacto de las TIC en el trabajo y la economía (teletrabajo, automatización).
 - 5.1.3.5 TIC y participación ciudadana: activismo y democracia digital.
- 5.1.4 Globalización y acceso desigual a la información
 - 5.1.4.1 Brecha digital entre regiones desarrolladas y en desarrollo.
 - 5.1.4.2 Políticas globales y locales para la inclusión digital.
 - 5.1.4.3 Impacto de la globalización en la distribución de contenidos.
 - 5.1.4.4 Acceso desigual a la infraestructura tecnológica.
 - 5.1.4.5 Papel de las organizaciones internacionales en la reducción de la desigualdad informativa.
- 5.1.5 Implicaciones éticas del acceso a la información
 - 5.1.5.1 Derecho al acceso libre y equitativo a la información.
 - 5.1.5.2 Manipulación de la información y censura digital.
 - 5.1.5.3 Desafíos éticos en la privacidad y protección de datos.
 - 5.1.5.4 Responsabilidad social de los medios y empresas tecnológicas.
 - 5.1.5.5 Dilemas éticos en la distribución de información falsa o desinformación.
- 5.2 Unidad II - Opinión Pública: Concepto y Formación. (12 h)
 - 5.2.1 Definición de opinión pública desde diferentes enfoques teóricos.
 - 5.2.1.1 Enfoque clásico: consenso social y visibilidad pública.
 - 5.2.1.2 Teoría crítica: poder, ideología y manipulación.
 - 5.2.1.3 Enfoque constructivista: la opinión pública como construcción social.
 - 5.2.1.4 Impacto de las redes sociales en las teorías clásicas de la opinión pública.
 - 5.2.1.5 Opinión pública en la era digital: participación y retroalimentación inmediata.
 - 5.2.2 Factores que influyen en la formación de la opinión pública.
 - 5.2.2.1 Medios de comunicación y su influencia directa.
 - 5.2.2.2 Factores socioculturales: educación, familia, religión.
 - 5.2.2.3 Líderes de opinión, influencers y actores mediáticos.
 - 5.2.2.4 Algoritmos y burbujas de filtro en redes sociales.
 - 5.2.2.5 Efecto de las crisis políticas y sociales en la formación de la opinión.

5.2.3 Medición y estudios de la opinión pública.

5.2.3.1 Encuestas y sondeos: metodología y alcance.

5.2.3.2 Análisis de tendencias en redes sociales (social listening).

5.2.3.3 Herramientas cualitativas: entrevistas, focus groups.

5.2.3.4 Desafíos de la precisión en la medición en contextos digitales.

5.2.3.5 Uso de big data para estudiar cambios en la opinión pública.

5.2.4 El rol del periodismo en la construcción de la opinión pública.

5.2.4.1 Periodismo como cuarto poder: influencia política y social.

5.2.4.2 Veracidad y ética en la construcción de la agenda mediática.

5.2.4.3 Periodismo investigativo vs. periodismo de opinión.

5.2.4.4 Efecto de las fake news y la desinformación en la credibilidad periodística.

5.2.4.5 Nuevos roles del periodismo en el contexto digital: multimedia y datos.

5.2.5 Opinión pública en sociedades democráticas vs. autoritarias.

5.2.5.1 Libertad de expresión y control de los medios en sociedades democráticas.

5.2.5.2 Censura y propaganda en regímenes autoritarios.

5.2.5.3 Participación ciudadana y diversidad de voces en sistemas democráticos.

5.2.5.4 Mecanismos de represión de la opinión pública en sistemas autoritarios.

5.2.5.5 Opinión pública como herramienta de legitimación en ambos contextos.

5.3 Unidad III - Medios de Comunicación Masiva y su Evolución en la Era Digital. (12 h)

5.3.1 Historia y evolución de los medios masivos de comunicación.

5.3.1.1 Invención de la imprenta y su revolución en la difusión de ideas.

5.3.1.2 El auge de la radio y la televisión como medios de masas.

5.3.1.3 La era de internet: convergencia de los medios tradicionales y nuevos.

5.3.1.4 Impacto de las plataformas de streaming y on-demand.

5.3.1.5 El declive de los medios impresos frente a la digitalización.

5.3.2 El paso de los medios tradicionales a los medios digitales.

5.3.2.1 Transformación de los modelos de negocio: monetización digital.

5.3.2.2 Cambios en los hábitos de consumo informativo.

5.3.2.3 Digitalización de las redacciones: el periodista multimedia.

5.3.2.4 Nuevos formatos: podcasts, videos cortos, y redes sociales.

5.3.2.5 Impacto en la inmediatez y la interacción con las audiencias.

5.3.3 El papel de los medios en la formación de la agenda pública.

5.3.3.1 Teoría de la agenda-setting: qué temas son relevantes para la sociedad.

5.3.3.2 Prioridades mediáticas vs. intereses públicos.

5.3.3.3 Influencia de las élites políticas y económicas en la agenda mediática.

5.3.3.4 Medios digitales y la democratización de la agenda pública.

MISIÓN

La Facultad de Filosofía de la Universidad Nacional del Este, es una Institución de Educación Superior, formadora de profesionales competentes en las áreas sociales y humanidades de los niveles de grado y postgrado, fomentando la calidad de la docencia, investigación y extensión, para responder a los requerimientos de la sociedad.

VISIÓN

Ser una institución que asume los desafíos del entorno con responsabilidad social, formando profesionales competentes en el marco de la docencia, investigación y extensión.

- 5.3.3.5 Efectos a largo plazo de la construcción mediática de la realidad.
- 5.3.4 Periodismo digital: retos y oportunidades.
 - 5.3.4.1 Desafíos éticos en la era de la velocidad informativa.
 - 5.3.4.2 Periodismo de datos: análisis y visualización de grandes volúmenes de información.
 - 5.3.4.3 Nuevas narrativas digitales: interactividad y multimedia.
 - 5.3.4.4 Retos de la monetización y sostenibilidad del periodismo digital.
 - 5.3.4.5 Oportunidades de alcance global y audiencias nicho.
- 5.3.5 Concentración de medios y su impacto en la pluralidad informativa.
 - 5.3.5.1 Fusiones y adquisiciones de grandes conglomerados mediáticos.
 - 5.3.5.2 Concentración de propiedad y su efecto en la diversidad de contenidos.
 - 5.3.5.3 Regulaciones antimonopolio y protección de la pluralidad informativa.
 - 5.3.5.4 Impacto en la independencia editorial y el periodismo crítico.
 - 5.3.5.5 Diversidad de voces en el ecosistema digital frente a los medios tradicionales

5.4 Unidad IV - Redes Sociales y la Opinión Pública. (12 h)

- 5.4.1 El surgimiento de las redes sociales como plataformas de comunicación.
 - 5.4.1.1 Evolución de las redes sociales: de la Web 1.0 a la Web 2.0.
 - 5.4.1.2 Diversidad de plataformas y sus características distintivas.
 - 5.4.1.3 Impacto de las redes sociales en la comunicación interpersonal.
 - 5.4.1.4 Rol de las redes sociales en la movilización social y política.
 - 5.4.1.5 Nuevas formas de interacción y creación de contenido.
- 5.4.2 Influencia de las redes sociales en la construcción de la opinión pública.
 - 5.4.2.1 Algoritmos y su efecto en la exposición a contenidos.
 - 5.4.2.2 Viralización de la información: mecanismos y consecuencias.
 - 5.4.2.3 Cambio en el papel de los consumidores de información a creadores.
 - 5.4.2.4 Redes sociales como espacio para la deliberación pública.
 - 5.4.2.5 Efecto de la comunidad en la formación de la opinión.
- 5.4.3 El papel de los influencers y creadores de contenido en las redes sociales.
 - 5.4.3.1 Definición y clasificación de influencers: micro, macro y mega.
 - 5.4.3.2 Impacto de los influencers en la percepción de marcas y productos.
 - 5.4.3.3 Responsabilidad social de los influencers en la difusión de información.
 - 5.4.3.4 Estrategias de colaboración entre marcas e influencers.
 - 5.4.3.5 Influencers como nuevos actores en la esfera pública.
- 5.4.4 Efectos de la viralización de contenidos en la opinión pública.
 - 5.4.4.1 Mecanismos de viralización y su impacto en la agenda pública.
 - 5.4.4.2 Consecuencias de la desinformación en contextos virales.
 - 5.4.4.3 Análisis de casos de contenido viral y su repercusión social.

MISIÓN

La Facultad de Filosofía de la Universidad Nacional del Este, es una Institución de Educación Superior, formadora de profesionales competentes en las áreas sociales y humanidades de los niveles de grado y postgrado, fomentando la calidad de la docencia, investigación y extensión, para responder a los requerimientos de la sociedad.

VISIÓN

Ser una institución que asume los desafíos del entorno con responsabilidad social, formando profesionales competentes en el marco de la docencia, investigación y extensión.

- 5.4.4.4 Efecto de la rapidez en la propagación de información.
- 5.4.4.5 Estrategias para mitigar los efectos negativos de la viralización.
- 5.4.5 Algoritmos y su influencia en el consumo informativo.
 - 5.4.5.1 Funcionamiento básico de los algoritmos en redes sociales.
 - 5.4.5.2 Personalización del contenido y sus implicaciones en la diversidad informativa.
 - 5.4.5.3 Análisis crítico de la burbuja de filtros y su impacto en la opinión pública.
 - 5.4.5.4 Algoritmos y su papel en la propagación de fake news.
 - 5.4.5.5 Desafíos para la transparencia en el uso de algoritmos.

5.5 Unidad V - Fake News, Desinformación y Manipulación Mediática. (12 h)

- 5.5.1 Definición y características de las fake news.
 - 5.5.1.1 Diferenciación entre fake news, desinformación y sátira.
 - 5.5.1.2 Motivos detrás de la creación de fake news.
 - 5.5.1.3 Características comunes de las fake news y su difusión.
 - 5.5.1.4 Rol de los medios en la propagación de información falsa.
 - 5.5.1.5 Ejemplos significativos de fake news y su impacto social.
- 5.5.2 Factores que facilitan la propagación de la desinformación.
 - 5.5.2.1 Efecto de las emociones en la viralización de contenido falso.
 - 5.5.2.2 Vulnerabilidades cognitivas que afectan la credibilidad.
 - 5.5.2.3 Dinámicas de grupo y sesgos de confirmación en redes sociales.
 - 5.5.2.4 Papel de las plataformas en la difusión de desinformación.
 - 5.5.2.5 Estrategias utilizadas para la creación y difusión de fake news.
- 5.5.3 Herramientas para la verificación de información.
 - 5.5.3.1 Métodos y técnicas de fact-checking.
 - 5.5.3.2 Recursos y plataformas para verificar la autenticidad de la información.
 - 5.5.3.3 Importancia de la alfabetización mediática en la verificación.
 - 5.5.3.4 Colaboraciones entre periodistas y plataformas tecnológicas.
 - 5.5.3.5 Análisis de casos exitosos de verificación de información.
- 5.5.4 Impacto de la desinformación en la opinión pública.
 - 5.5.4.1 Consecuencias de la desinformación en la confianza pública.
 - 5.5.4.2 Efecto en la polarización social y política.
 - 5.5.4.3 Análisis de eventos críticos donde la desinformación tuvo un papel decisivo.
 - 5.5.4.4 Estrategias de comunicación para mitigar los efectos negativos.
 - 5.5.4.5 Estudio de percepciones sobre la veracidad de la información.
- 5.5.5 Estrategias para combatir la manipulación mediática.
 - 5.5.5.1 Educación y sensibilización sobre desinformación.
 - 5.5.5.2 Promoción de la transparencia en la información.

- 5.5.5.3 Desarrollo de habilidades críticas en el consumo de información.
- 5.5.5.4 Iniciativas colaborativas entre medios y plataformas digitales.
- 5.5.5.5 Legislación y políticas públicas contra la desinformación.

5.6 Unidad VI - Big Data y Opinión Pública: El Poder de los Algoritmos. (10 h)

- 5.6.1 Introducción al concepto de big data y su uso en la comunicación.
 - 5.6.1.1 Definición de big data y sus características (volumen, variedad, velocidad).
 - 5.6.1.2 Importancia del big data en la toma de decisiones comunicativas.
 - 5.6.1.3 Fuentes de big data en el ámbito de la comunicación.
 - 5.6.1.4 Impacto del big data en la investigación social.
 - 5.6.1.5 Desafíos éticos y legales en el manejo de big data.
- 5.6.2 Algoritmos y su influencia en la personalización de la información.
 - 5.6.2.1 Funcionamiento de algoritmos en plataformas digitales.
 - 5.6.2.2 Efectos de la personalización en la experiencia del usuario.
 - 5.6.2.3 Implicaciones para la diversidad de contenidos informativos.
 - 5.6.2.4 Análisis de la relevancia del contenido personalizado.
 - 5.6.2.5 Casos de estudio sobre algoritmos y su influencia en la opinión pública.
- 5.6.3 Big data y su impacto en la formación de la opinión pública.
 - 5.6.3.1 Uso de big data en campañas políticas y publicitarias.
 - 5.6.3.2 Análisis de patrones de comportamiento y preferencias del público.
 - 5.6.3.3 Efecto de los datos masivos en la segmentación de audiencias.
 - 5.6.3.4 Evaluación del impacto de las estrategias basadas en big data.
 - 5.6.3.5 Estudios de casos sobre la influencia del big data en decisiones sociales.
- 5.6.4 Privacidad y protección de datos en la era del big data.
 - 5.6.4.1 Legislación sobre protección de datos: GDPR y otros marcos legales.
 - 5.6.4.2 Desafíos de la privacidad en la recolección y uso de datos.
 - 5.6.4.3 Implicaciones éticas del uso de datos personales.
 - 5.6.4.4 Consentimiento informado y derechos de los usuarios.
 - 5.6.4.5 Nuevas tecnologías de protección de datos y su eficacia.
- 5.6.5 Manipulación algorítmica y sesgos en la información.
 - 5.6.5.1 Identificación de sesgos en algoritmos y su impacto en la diversidad informativa.
 - 5.6.5.2 Ejemplos de manipulación algorítmica en plataformas sociales.
 - 5.6.5.3 Consecuencias de la falta de transparencia en algoritmos.
 - 5.6.5.4 Estrategias para mitigar sesgos y promover la equidad informativa.
 - 5.6.5.5 Responsabilidad de las empresas tecnológicas en la regulación de algoritmos.

5.7 Unidad VII - Ética y Responsabilidad en la Era de la Información. (9 h)

MISIÓN

La Facultad de Filosofía de la Universidad Nacional del Este, es una Institución de Educación Superior, formadora de profesionales competentes en las áreas sociales y humanidades de los niveles de grado y postgrado, fomentando la calidad de la docencia, investigación y extensión, para responder a los requerimientos de la sociedad.

VISIÓN

Ser una institución que asume los desafíos del entorno con responsabilidad social, formando profesionales competentes en el marco de la docencia, investigación y extensión.

- 5.7.1 Principios éticos en la sociedad de la información
 - 5.7.1.1 Definición de ética en el contexto de la comunicación.
 - 5.7.1.2 Principios de veracidad, equidad y responsabilidad social.
 - 5.7.1.3 Ética en el uso de TIC: derechos y deberes de los usuarios.
 - 5.7.1.4 Importancia de la ética en la formación de periodistas y comunicadores.
 - 5.7.1.5 Casos de dilemas éticos en la práctica profesional.
- 5.7.2 Responsabilidad de los medios en la difusión de información veraz.
 - 5.7.2.1 Rol de los medios en la construcción de la realidad social.
 - 5.7.2.2 Normas y códigos de ética en el periodismo.
 - 5.7.2.3 Importancia de la corrección y la retractación en la información.
 - 5.7.2.4 Responsabilidad ante la desinformación y su impacto social.
 - 5.7.2.5 Estrategias de medios para mantener la credibilidad y confianza.
- 5.7.3 Transparencia y accountability en el periodismo digital.
 - 5.7.3.1 Definición de transparencia y su importancia en el periodismo.
 - 5.7.3.2 Mecanismos de rendición de cuentas en medios digitales.
 - 5.7.3.3 Rol de la audiencia en la exigencia de transparencia.
 - 5.7.3.4 Desafíos de la transparencia en un entorno digital dinámico.
 - 5.7.3.5 Iniciativas de medios para fomentar la confianza pública.
- 5.7.4 El papel de los periodistas como mediadores responsables de la información.
 - 5.7.4.1 Función del periodista en la democratización del acceso a la información.
 - 5.7.4.2 Formación de habilidades éticas y críticas en los comunicadores.
 - 5.7.4.3 Retos contemporáneos para los periodistas en la era digital.
 - 5.7.4.4 Responsabilidad en la representación de diferentes voces y perspectivas.
 - 5.7.4.5 Ejemplos de periodismo responsable en contextos difíciles.
- 5.7.5 Normativas y regulaciones sobre la ética informativa en el entorno digital.
 - 5.7.5.1 Revisión de marcos legales sobre la ética en la información.
 - 5.7.5.2 Impacto de las regulaciones en la práctica periodística.
 - 5.7.5.3 Debates contemporáneos sobre libertad de expresión y regulación.
 - 5.7.5.4 Rol de las organizaciones de derechos humanos en la defensa de la ética informativa.
 - 5.7.5.5 Futuro de la ética en el contexto digital y la comunicación global.

VI Metodología de enseñanza-aprendizaje

- Aprendizaje Basado en Problemas
- Método de Estudio de Casos
- Aprendizaje Colaborativo

MISIÓN

La Facultad de Filosofía de la Universidad Nacional del Este, es una Institución de Educación Superior, formadora de profesionales competentes en las áreas sociales y humanidades de los niveles de grado y postgrado, fomentando la calidad de la docencia, investigación y extensión, para responder a los requerimientos de la sociedad.

VISIÓN

Ser una institución que asume los desafíos del entorno con responsabilidad social, formando profesionales competentes en el marco de la docencia, investigación y extensión.

- Juegos de Roles
- Debates
- Talleres de Análisis de Medios
- Aprendizaje Basado en Proyectos
- Simulaciones y Gamificación
- Talleres de Alfabetización Digital

VII Metodología de evaluación

Se realizará conforme al Reglamento Interno vigente.

Bibliografía básica

Castells, M. (2006). *La era de la información: Economía, sociedad y cultura, vol. 1: La sociedad red* [Un texto fundamental para comprender las estructuras de la sociedad red y su impacto en la información y la comunicación]. Alianza Editorial.

Habermas, J. (1981). *Historia y crítica de la opinión pública* [Este clásico ofrece una perspectiva histórica y crítica sobre la formación de la opinión pública en las sociedades modernas]. Gustavo Gili.

McCombs, M. (2006). *Estableciendo la agenda: El impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento* [Explora cómo los medios determinan la agenda pública y su influencia en la formación de opiniones]. Editorial Paidós.

Noelle-Neumann, E. (1995). *La espiral del silencio: Opinión pública: Nuestra piel social* [Una obra clave para entender la influencia del entorno social en la expresión de opiniones individuales]. Paidós.

Webster, F. (2002). *Las teorías de la sociedad de la información* [Análisis de las principales teorías sobre la sociedad de la información y cómo han influido en el desarrollo social]. Editorial Paidós.

Bibliografía complementaria

- Deuze, M. (2010). *Medios de comunicación y periodismo digital: Retos y oportunidades* [Analiza los cambios en el periodismo contemporáneo a partir del desarrollo de los medios digitales]. Editorial Gedisa.
- Dijck, J. V. (2016). *La cultura de la conectividad: Una historia crítica de las redes sociales* [Estudia el impacto social de las plataformas digitales y la interacción a través de redes sociales]. Siglo XXI Editores.
- Mayer-Schönberger, V., & Cukier, K. (2014). *Big data: La revolución de los datos masivos* [Un estudio exhaustivo sobre cómo el big data está cambiando la forma en que se gestionan y manipulan los datos en el entorno digital]. Turner.
- Silverstone, R. (2005). *Moralidad mediática: El ascenso de la mediápolis* [Reflexiona sobre la ética y la responsabilidad en la era digital y cómo los medios configuran la moralidad social]. Editorial Gedisa.
- Wardle, C., & Derakhshan, H. (2018). Desórdenes informativos: Hacia un marco interdisciplinario para la investigación y la formulación de políticas públicas [Explora el problema de la desinformación en la era digital y propone estrategias de mitigación].