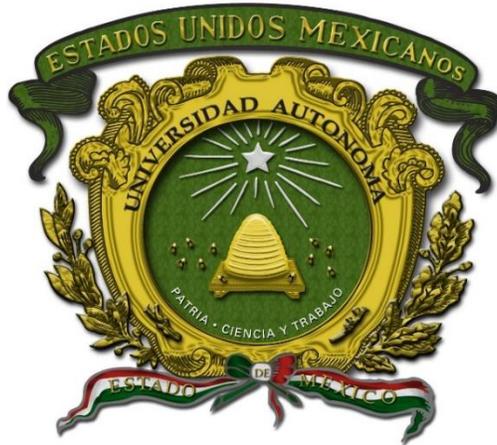


UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO
LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN



PROGRAMA DE ESTUDIOS
ÉTICA DE LA COMUNICACIÓN

Elaboró:	<u>Dra. Guillermina Díaz Pérez</u>	<u>Facultad de Ciencias Políticas y Sociales</u>
	<u>Dr. Oscar Diego Bautista</u>	<u>Facultad de Ciencias Políticas y Sociales</u>
	<u>Dra. Natalia Ix-Chel Vázquez González</u>	<u>Facultad de Ciencias Políticas y Sociales</u>
	<u>Dr. Carlos González Domínguez</u>	<u>Facultad de Ciencias Políticas y Sociales</u>
	<u>Mtra. María del Pilar Lugo Mendoza</u>	<u>Unidad Académica Profesional Huehuetoca</u>
Fecha de aprobación:	H. Consejo Académico	H. Consejo de Gobierno
	<u>14 de diciembre 2021</u>	<u>15 de diciembre 2021</u>

Facultad de Ciencias Políticas y Sociales

DIRECCIÓN DE ESTUDIOS
PROFESIONALES



Departamento de Desarrollo Curricular

Programa de Estudios
Aprobado por los H.H. Consejos
Académico y de Gobierno



Índice

	Pág.
I. Datos de identificación.	3
II. Presentación del programa de estudios.	4
III. Ubicación de la unidad de aprendizaje en el mapa curricular.	5
IV. Objetivos de la formación profesional.	7
V. Objetivos de la unidad de aprendizaje.	9
VI. Contenidos de la unidad de aprendizaje y su organización.	10
VII. Acervo bibliográfico.	12



Departamento de Desarrollo Curricular

Programa de Estudios
Aprobado por los HH. Consejos
Académico y de Gobierno



I. Datos de identificación.

Espacio académico donde se imparte **Facultad de Ciencias Políticas y Sociales
Unidad Académica Profesional Huehuetoca**

Estudios profesionales **Licenciatura en Comunicación, 2018**

Unidad de aprendizaje **Ética en Comunicación**

Carga académica	2	2	4	6
	Horas teóricas	Horas prácticas	Total de horas	Créditos

Carácter **Obligatoria** Tipo **Curso-taller** Periodo escolar **Sexto**

Área curricular **Humanidades** Núcleo de formación **Integral**

Seriación **Ninguna** **Ninguna**
UA Antecedente UA Consecuente

Formación común
Licenciatura
No presenta **X**



II. Presentación del programa de estudios.

Uno de los aspectos en la formación en las ciencias de la comunicación que, en los últimos años ha tomado relevancia, como preocupación mayor para la práctica profesional es la ética. La ética, como rama de la filosofía, se hace necesaria en una disciplina como lo es la de la comunicación, cuyo campo de actuación está evidentemente en las diferentes y múltiples instituciones sociales. Particularmente, y de acuerdo al perfil de nuestros egresados, interesa en este curso que el alumno esté consciente que su actividad profesional necesita de una dependencia ética, para evitar aquella reproducción social que impacta negativamente en desproporciones del poder político, del discurso o de las representaciones sociales. En este sentido, el presente curso por lo tanto, constituye una herramienta de reflexión ética en las prácticas comunicacionales, focalizada en una acepción de la comunicación, como instancia generativa de la sociedad, donde toda acción comunicativa tiene consecuencias en la calidad y respeto en las relaciones humanas. Con base en esta premisa, se pretende que el estudiantado comprenda que todo intento de comunicación debe transitar por una “ética de la comunicación”, en calidad de norma y de programa de pragmática social.



Departamento de Desarrollo Curricular

Programa de Estudios
Aprobado por los HH. Consejos
Académico y de Gobierno



**Proyecto curricular de la Licenciatura en Comunicación
Reestructuración, 2018
Secretaría de Docencia • Dirección de Estudios Profesionales**



DISTRIBUCIÓN DE LAS UNIDADES DE APRENDIZAJE OPTATIVAS

PERIODO 1	PERIODO 2	PERIODO 3	PERIODO 4	PERIODO 5	PERIODO 6	PERIODO 7	PERIODO 8																
						<table border="1"> <tr><td>Guionismo</td><td>3</td></tr> <tr><td></td><td>1</td></tr> <tr><td></td><td>4</td></tr> <tr><td></td><td>7</td></tr> </table>	Guionismo	3		1		4		7									
Guionismo	3																						
	1																						
	4																						
	7																						
						<table border="1"> <tr><td>Producción editorial</td><td>3</td></tr> <tr><td></td><td>1</td></tr> <tr><td></td><td>4</td></tr> <tr><td></td><td>7</td></tr> </table>	Producción editorial	3		1		4		7	<table border="1"> <tr><td>Periodismo digital</td><td>3</td></tr> <tr><td></td><td>1</td></tr> <tr><td></td><td>4</td></tr> <tr><td></td><td>7</td></tr> </table>	Periodismo digital	3		1		4		7
Producción editorial	3																						
	1																						
	4																						
	7																						
Periodismo digital	3																						
	1																						
	4																						
	7																						
						<table border="1"> <tr><td>Comunicación y cambio social</td><td>3</td></tr> <tr><td></td><td>1</td></tr> <tr><td></td><td>4</td></tr> <tr><td></td><td>7</td></tr> </table>	Comunicación y cambio social	3		1		4		7	<table border="1"> <tr><td>Comunicación y educación</td><td>3</td></tr> <tr><td></td><td>1</td></tr> <tr><td></td><td>4</td></tr> <tr><td></td><td>7</td></tr> </table>	Comunicación y educación	3		1		4		7
Comunicación y cambio social	3																						
	1																						
	4																						
	7																						
Comunicación y educación	3																						
	1																						
	4																						
	7																						
						<table border="1"> <tr><td>Relaciones públicas</td><td>3</td></tr> <tr><td></td><td>1</td></tr> <tr><td></td><td>4</td></tr> <tr><td></td><td>7</td></tr> </table>	Relaciones públicas	3		1		4		7	<table border="1"> <tr><td>Estrategias de Comunicación política</td><td>3</td></tr> <tr><td></td><td>1</td></tr> <tr><td></td><td>4</td></tr> <tr><td></td><td>7</td></tr> </table>	Estrategias de Comunicación política	3		1		4		7
Relaciones públicas	3																						
	1																						
	4																						
	7																						
Estrategias de Comunicación política	3																						
	1																						
	4																						
	7																						
							<table border="1"> <tr><td>Derechos de autor</td><td>3</td></tr> <tr><td></td><td>1</td></tr> <tr><td></td><td>4</td></tr> <tr><td></td><td>7</td></tr> </table>	Derechos de autor	3		1		4		7								
Derechos de autor	3																						
	1																						
	4																						
	7																						
							<table border="1"> <tr><td>Intercultural comunicación</td><td>3</td></tr> <tr><td></td><td>1</td></tr> <tr><td></td><td>4</td></tr> <tr><td></td><td>7</td></tr> </table>	Intercultural comunicación	3		1		4		7								
Intercultural comunicación	3																						
	1																						
	4																						
	7																						
						<table border="1"> <tr><td>Arta y Comunicación</td><td>3</td></tr> <tr><td></td><td>1</td></tr> <tr><td></td><td>4</td></tr> <tr><td></td><td>7</td></tr> </table>	Arta y Comunicación	3		1		4		7	<table border="1"> <tr><td>Estudios sobre cine</td><td>3</td></tr> <tr><td></td><td>1</td></tr> <tr><td></td><td>4</td></tr> <tr><td></td><td>7</td></tr> </table>	Estudios sobre cine	3		1		4		7
Arta y Comunicación	3																						
	1																						
	4																						
	7																						
Estudios sobre cine	3																						
	1																						
	4																						
	7																						
						<table border="1"> <tr><td>Economía política de la Comunicación</td><td>3</td></tr> <tr><td></td><td>1</td></tr> <tr><td></td><td>4</td></tr> <tr><td></td><td>7</td></tr> </table>	Economía política de la Comunicación	3		1		4		7									
Economía política de la Comunicación	3																						
	1																						
	4																						
	7																						



SIMBOLOGÍA

Unidad de aprendizaje	HF: Horas Teóricas
	HP: Horas Prácticas
	TH: Total de Horas
	CR: Créditos

→ 11 líneas de seriación
Créditos mínimos 22 y máximos 49 por periodo escolar.
* Actividad académica.
** Las horas de la actividad académica.
¹ UA optativa que debe impartirse, cursarse y acreditarse en el idioma inglés.

■	Núcleo básico obligatorio.
■	Núcleo sustantivo obligatorio.
■	Núcleo integral obligatorio.
■	Núcleo integral optativo.

PARÁMETROS DEL PLAN DE ESTUDIOS

<table border="1"> <tr><td>Núcleo básico obligatorio: cursar y acreditar 17 UA</td><td>52</td></tr> <tr><td></td><td>18</td></tr> <tr><td></td><td>70</td></tr> <tr><td></td><td>122</td></tr> </table>	Núcleo básico obligatorio: cursar y acreditar 17 UA	52		18		70		122	<table border="1"> <tr><td>Total del núcleo básico: acreditar 17 UA para cubrir 122 créditos</td></tr> </table>	Total del núcleo básico: acreditar 17 UA para cubrir 122 créditos							
Núcleo básico obligatorio: cursar y acreditar 17 UA	52																
	18																
	70																
	122																
Total del núcleo básico: acreditar 17 UA para cubrir 122 créditos																	
<table border="1"> <tr><td>Núcleo sustantivo obligatorio: cursar y acreditar 20 UA</td><td>58</td></tr> <tr><td></td><td>34</td></tr> <tr><td></td><td>92</td></tr> <tr><td></td><td>150</td></tr> </table>	Núcleo sustantivo obligatorio: cursar y acreditar 20 UA	58		34		92		150	<table border="1"> <tr><td>Total del núcleo sustantivo: acreditar 20 UA para cubrir 150 créditos</td></tr> </table>	Total del núcleo sustantivo: acreditar 20 UA para cubrir 150 créditos							
Núcleo sustantivo obligatorio: cursar y acreditar 20 UA	58																
	34																
	92																
	150																
Total del núcleo sustantivo: acreditar 20 UA para cubrir 150 créditos																	
<table border="1"> <tr><td>Núcleo integral obligatorio: cursar y acreditar 9 UA + 2</td><td>16</td></tr> <tr><td></td><td>29**</td></tr> <tr><td></td><td>36**</td></tr> <tr><td></td><td>90</td></tr> </table>	Núcleo integral obligatorio: cursar y acreditar 9 UA + 2	16		29**		36**		90	<table border="1"> <tr><td>Núcleo integral optativo: cursar y acreditar 4</td><td>12</td></tr> <tr><td></td><td>4</td></tr> <tr><td></td><td>16</td></tr> <tr><td></td><td>28</td></tr> </table>	Núcleo integral optativo: cursar y acreditar 4	12		4		16		28
Núcleo integral obligatorio: cursar y acreditar 9 UA + 2	16																
	29**																
	36**																
	90																
Núcleo integral optativo: cursar y acreditar 4	12																
	4																
	16																
	28																
<table border="1"> <tr><td>Total del núcleo integral: acreditar 13 UA + 2 * para cubrir 118 créditos</td></tr> </table>	Total del núcleo integral: acreditar 13 UA + 2 * para cubrir 118 créditos																
Total del núcleo integral: acreditar 13 UA + 2 * para cubrir 118 créditos																	

Departamento de Desarrollo Curricular

Programa de Estudios
Aprobado por los HH. Consejos
Académico y de Gobierno

TOTAL DEL PLAN DE ESTUDIOS	
UA obligatorias	46 + 2 Actividades académicas
UA optativas	4
UA a acreditar	50 + 2 Actividades académicas
Créditos	390



IV. Objetivos de la formación profesional.

Objetivos del programa educativo:

Son objetivos generales de los estudios profesionales de la Licenciatura en Comunicación, formar profesionales críticos y creativos en materia de procesos comunicativos mediáticos y no mediáticos con la finalidad de favorecer la opinión pública, el acceso y uso de los medios de comunicación, y de esta manera considerar a la información como base de la formación de modelos elementales de orden y de la comunicación como única posibilidad de generación de vida cultural y de esta manera contribuyan al progreso social, económico, y cultural del país.

Generales

- Ejercer el diálogo y el respeto como principios de la convivencia con sus semejantes, y de apertura al mundo.
- Reconocer la diversidad cultural y disfrutar de sus bienes y valores.
- Convivir con las reglas de comportamiento socialmente aceptables, y contribuir en su evolución.
- Adquirir los valores de cooperación y solidaridad.
- Desarrollar la sensibilidad y el arte como base de la creatividad.
- Ampliar su universo cultural para mejorar la comprensión del mundo y del entorno en que vive, para cuidar de la naturaleza y potenciar sus expectativas.
- Participar activamente en su desarrollo académico para acrecentar su capacidad de aprendizaje y evolucionar como profesional con autonomía.
- Asumir los principios y valores universitarios, y actuar en consecuencia.
- Emplear habilidades lingüístico-comunicativas en una segunda lengua.
- Tomar decisiones y formular soluciones racionales, éticas y estéticas.
- Desarrollar su forma de expresarse, su creatividad, iniciativa y espíritu emprendedor.
- Desarrollar un juicio profesional basado en la responsabilidad, objetividad, credibilidad y la justicia.

Particulares

- Analizar procesos comunicativos desde diferentes perspectivas teóricas de la comunicación, a través de metodologías cuantitativas y cualitativas para realizar investigaciones que expliquen fenómenos sociales, culturales, económicos y políticos que inciden a nivel local, regional, nacional e internacional y que contribuyan al desarrollo social y cultural.

DIRECCIÓN DE ESTUDIOS
PROFESIONALES



Departamento de Desarrollo Curricular
Programa de Estudios
Aprobado por los HH. Consejos
Académico y de Gobierno



- Evaluar proyectos de comunicación en grupos sociales focalizados como: etnias, grupos rurales, urbanos y de segmentos sociales específicos desde la teoría de sistemas, estructural funcionalista, e interaccionismo simbólico, a través de la identificación de sistemas de comunicación estructurados por componentes mediáticos, no mediáticos, híbridos, propios de los contextos culturales para preservar el tejido social, la solidaridad, la corresponsabilidad y potenciar los vínculos sociales así como coadyuvar en el acceso, diálogo y participación en el cambio social y cultural en los entornos local, regional, nacional e internacional.
- Formular planes, programas y estrategias de comunicación organizacional y estratégica desde la teoría de sistemas, a través de la revisión del proceso de comunicación interpersonal e institucional para la elaboración de modelos de análisis y contenidos comunicativos, mejorar la calidad y pertinencia de sus servicios y contribuir al desarrollo económico-social-político.
- Evaluar productos comunicativos de orden material y/o discursivos claros y críticos para organizaciones y medios de comunicación y cultura mediante la aplicación de la teoría del discurso, la teoría de la narración, teorías de la comunicación, sociotecnología y técnicas fotográficas y creativas para la producción de audio y audiovisual, para promover la diversidad en los medios de comunicación y garantizar el derecho a la información en los entornos local, regional, nacional e internacional.
- Formular contenidos periodísticos en distintos géneros y soportes mediáticos a través del análisis de las características narrativas y argumentativas de los géneros informativos como: nota informativa, entrevista, la crónica y el reportaje; e interpretativos: artículo, columna, editorial y cartón, y su intencionalidad comunicativa para favorecer la formulación de la opinión pública respecto a problemáticas, actores sociales o cuestiones públicas y promover el reconocimiento y garantizar el ejercicio de la libertad de expresión y el derecho a la comunicación
- Evaluar campañas publicitarias y propagandísticas de productos, servicios, marcas, ideas o causas sociales específicas a través de técnicas de la mercadotecnia y de la administración, sistemas científicos de argumentación, para contribuir al desarrollo político, social y cultural en los entornos local, regional, nacional e internacional.

Objetivos del núcleo de formación:

Proveerá al alumno de escenarios educativos para la integración, aplicación y desarrollo de los conocimientos, habilidades y actitudes que le permitan el desempeño de funciones, tareas y resultados ligados a las dimensiones y ámbitos de intervención profesional o campos emergentes de la misma.



Departamento de Desarrollo Curricular
Programa de Estudios
Aprobado por los H.H. Consejos
Académico y de Gobierno



Objetivos del área curricular o disciplinaria:

Valorar los procesos sociales, políticos, económicos y culturales nacionales, regionales y mundiales; y las bases jurídicas que rigen el ejercicio de la profesión a través del análisis socio histórico y la identificación de actores y procesos sociales para favorecer el pensamiento crítico y reflexivo y promover la pluralidad y diversidad en los medios de comunicación para el acceso, diálogo y participación en el cambio social y cultural.

V. Objetivos de la unidad de aprendizaje.

Distinguir las bases jurídicas, normativas, éticas y humanísticas que rigen el ejercicio profesional de la comunicación para generar información y productos comunicativos orientados a promover el acceso, diálogo y participación en el cambio social y cultural con alto sentido de humanismo, respeto y honestidad.



Departamento de Desarrollo Curricular

Programa de Estudios
Aprobado por los HH. Consejos
Académico y de Gobierno



VI. Contenidos de la unidad de aprendizaje, y su organización.

Unidad temática 1. La ética y su origen antropológico

Objetivo: Analizar que las acciones humanas tienen un origen antropológico resumido en el *ethos* del hombre a partir de la ética de Aristóteles para reflexionar en torno a las reglas sociales, a través de discusión de lecturas concretas.

Temas:

- 1.1 El concepto de *ethos* en Aristóteles.
- 1.2 El concepto de acción en el hombre.
- 1.3 El hombre como ser que habla
- 1.4 Retórica, acción y *ethos*.
- 1.5 La *polis*, eje del actuar del *zoon politikon*.

Unidad temática 2. Éticas clásicas, modernas y contemporáneas

Objetivo: Distinguir las distintas posturas epistemológicas que recuperan a la ética a través de la revisión de distintos autores, clásicos, modernos y contemporáneos para reflexionar sobre las normas sociales y comunicativas.

Temas:

- 2.1 La ética en el mundo griego (Platón, Aristóteles)
- 2.2 La emergencia de la ética moderna (Espinoza, Kant)
- 2.3 La ética contemporánea (Habermas, Ricoeur)

Unidad temática 3. La ética de la comunicación

Objetivo: Valorar la trascendencia de la propuesta de Jürgen Habermas de la ética de la comunicación, sobre la base de la teoría de la acción comunicativa.

Temas:

- 3.1 La teoría de la acción comunicativa de Habermas
 - 3.1.1 Razón Instrumental vs razón comunicativa
 - 3.1.2 Pretensiones de validez (Inteligibilidad, Verdad, Veracidad, Rectitud).
- 3.2 Aspectos fenomenológicos y pragmáticos de la comunicación
- 3.3 La ética de la comunicación





Unidad temática 4. La imagen, las narrativas mediáticas y la posverdad, circunscritas en el derecho.

Objetivo: Reflexionar sobre la importancia que tienen la imagen y las narrativas mediáticas en la construcción de la posverdad para identificar que la manera que se tiene de decir las cosas debe sustentarse en cuestiones éticas y de códigos deontológicos.

Temas:

- 4.1 Retórica y análisis de la imagen.
 - 4.1.1 Lo denotativo y connotativo
 - 4.1.2 El mensaje simbólico y lo ético
 - 4.1.3 Iconografía e Iconología y la posverdad
- 4.2 Narrativas mediáticas y deontología en la comunicación
 - 4.2.1 Periodismo y ética
 - 4.2.2 Publicidad y ética
 - 4.2.3 Entretenimiento y ética
 - 4.2.4 Redes sociales y ética
 - 4.2.5 Ética entre los medios y los gabinetes de comunicación
- 4.3 La deontología en los medios
 - 4.3.1. Los contenidos globales vs realidades locales
 - 4.3.2. los presupuestos privados vs. Los intereses públicos.

Unidad Temática 5. La deontología profesional en comunicación.

Objetivo: Aplicar el sentido de la ética a través del análisis de casos concretos a nivel oficial para ejercer la práctica profesional en comunicación.

Temas:

- 5.1 Revisar manuales deontológicos de la profesión de comunicador o periodista
 - 5.1.1 Código de ética de la información. UNESCO
 - 5.1.2 Código de ética periodística. UNESCO
- 5.2 Analizar casos concretos dónde valorar la ética de la práctica en comunicación.
 - 5.2.1 Respeto a la intimidad y el dolor humano
 - 5.2.2 Información sobre violencia y terrorismo
 - 5.2.3. Información falsa y manipulación informativa
 - 5.2.4 Ética en Internet
 - 5.2.5 Derechos de las audiencias



VII. Acervo bibliográfico.

Básico:

- Aristóteles (1999). *Retórica*. Madrid: Gredos.
- Aristóteles (2000). *La política*. Santa Fe de Bogotá: Panamericana editorial.
- Aristóteles (2008). *Ética Nicomáquea*. Barcelona: Gredos.
- Chomsky, N., & Ramonet, I. (1995). *Cómo nos venden la moto* (Vol. 2). Icaria Editorial.
- Del Prado-Flores, R., & Arévalo Martínez, R. I. (2021) *Ética, política y derechos de las audiencias en México*. LOGOS Revista de Filosofía, 137(137), 63-83.
- Del Prado Flores, R. (2018). *Ética de la comunicación*. Barcelona, España: Gedisa-Universidad Anáhuac México.
- Del Prado Flores, R. (2016). *La prudencia y el uso responsable de las redes sociales digitales*. La prudencia y el uso responsable de las redes sociales digitales, 99-111.
- Espinoza, B. (2012). *Ética*. Alianza: Madrid.
- Felici, J. M., & Ripollés, A. C. (2017). *El fotoperiodismo en la era de la posverdad*. *Comunica*, 11-17., disponible en: <https://www.e-revistas.uji.es/index.php/adcomunica/article/download/5403/5859?inline=1>
- Fontcuberta, J. (2016). *La furia de las imágenes: notas sobre la postfotografía*. Barcelona: Galaxia Gutenberg.
- García-Calderón, C. (2017). *Ética publicitaria en México*. *El profesional de la información (EPI)*, 26(2), 311-319.
- Habermas, J. (1985). *Conciencia moral y acción comunicativa*. Península: Barcelona.
- Habermas, J. (1985). *Conciencia moral y acción comunicativa*. Península: Barcelona.
- Habermas, J. (1999). *Teoría de la acción comunicativa I*. Taurus: Madrid.
- Habermas, J. (2001). *Teoría de la acción comunicativa: complementos y estudios previos*. Cátedra: Madrid, Cátedra.
- Habermas, J. (2018). *Aclaraciones a la ética del discurso*. Trotta: Madrid.
- Kant, E. (1977). "Capítulo I", en *Fundamentación de la metafísica de las costumbres*. Porrúa: México.
- Lamarea.com; Intermon-Oxfam Taller de comunicación y género consultado en <https://www.informarsobreviolenciamachista.com/>
- Martínez, O. R. (2016) *Ética y autorregulación periodística en México*. Conceptualización, historia, retos y documentos. México: CNDH
- Meneses, R. (2019). *Un periodismo responsable para combatir la islamofobia*. In *Un cambio a nuestro alcance: islamofobia en los medios* (pp. 37-40). Instituto Europeo del Mediterráneo, IEMed.
- Panofsky, E. (2008). *El significado en las artes visuales*. España: Editorial Alianza
- Platón (1955). "De la República o de lo justo" (libro 7), en *Diálogos*. Porrúa, México.
- Ricoeur, P. (2008). *Lo justo*. Trotta: Madrid.



- Rodríguez Borges, R. F. (2020). *El valor de los valores en el periodismo del siglo XXI: la formación ética del periodista en la era de la posverdad*. Anàlisi: quaderns de comunicació i cultura, (62), 0007-17.
- Souto, A. B. F., Martínez, A. A., & Esparcia, A. C. (2018). Ética en las relaciones entre los medios de comunicación y los gabinetes de comunicación. *Prisma social: revista de investigación social*, (22), 1-19.
- Suárez Villegas, J. C., & Marín Conejo, S. (2020). Ética, comunicación y género: debates actuales. *Ética, comunicación y género*, 1-652.
- Trejo, R. (1997). *Volver a los medios. De la crítica a la ética*, México, Ediciones Cal y Arena.
- Trejo, R. Un código de ética para los medios mexicanos, disponible en <https://raultrejo.tripod.com/Mediosensayos/Codigoetica.htm>
- UNESCO (2010) Indicadores de desarrollo mediático: marco para evaluar el desarrollo de los medios de comunicación social, consultado en https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000163102_spa.
- Unión Europea (2020) Diez claves para comunicar sobre derechos humanos de manera efectiva disponible en <https://fra.europa.eu/es/publication/2020/diez-claves-para-comunicar-sobre-derechos-humanos-de-manera-efectiva>
- Villanueva, E. (1998). *Régimen jurídico de las libertades de expresión e información en México*, México, UNAM, Instituto de Investigaciones Jurídicas.
- Wilkins, L., & Christians, C. G. (Eds.). (2020). *The routledge handbook of mass media ethics*. Routledge.

Complementario:

- Cassin, B. (2008). "Presentación. La sofística, hecho de historia, efecto de estructura" y "Primera parte", en *El efecto sofístico*. Fondo de Cultura Económica: México.
- Habermas, J. (1990), *Teoría de la acción comunicativa. Tomo II*, Taurus: Madrid.
- González, J (1996). *El ethos, destino del hombre*. Fondo de Cultura Económica: México.
- MacIntyre, A. (2006), *Historia de la ética*, Paidós: Barcelona.

