



**FORO III: Revolución Digital en la Comunicación Social:**  
Dimensión Ética en la Tecnología de la Imagen,  
el Diseño Gráfico y la Producción Audiovisual.



**Trabajo colaborativo Mesas III FORO**

**N° MESA**

**Participantes y Especialidad**

**NOMBRES**

**ESPECIALIDAD**

**OBSERVACIONES**



**FORO III:** Revolución Digital en la Comunicación Social:  
Dimensión Ética en la Tecnología de la Imagen,  
el Diseño Gráfico y la Producción Audiovisual.



Inicie un diálogo para proponer elementos éticos de sus profesiones.

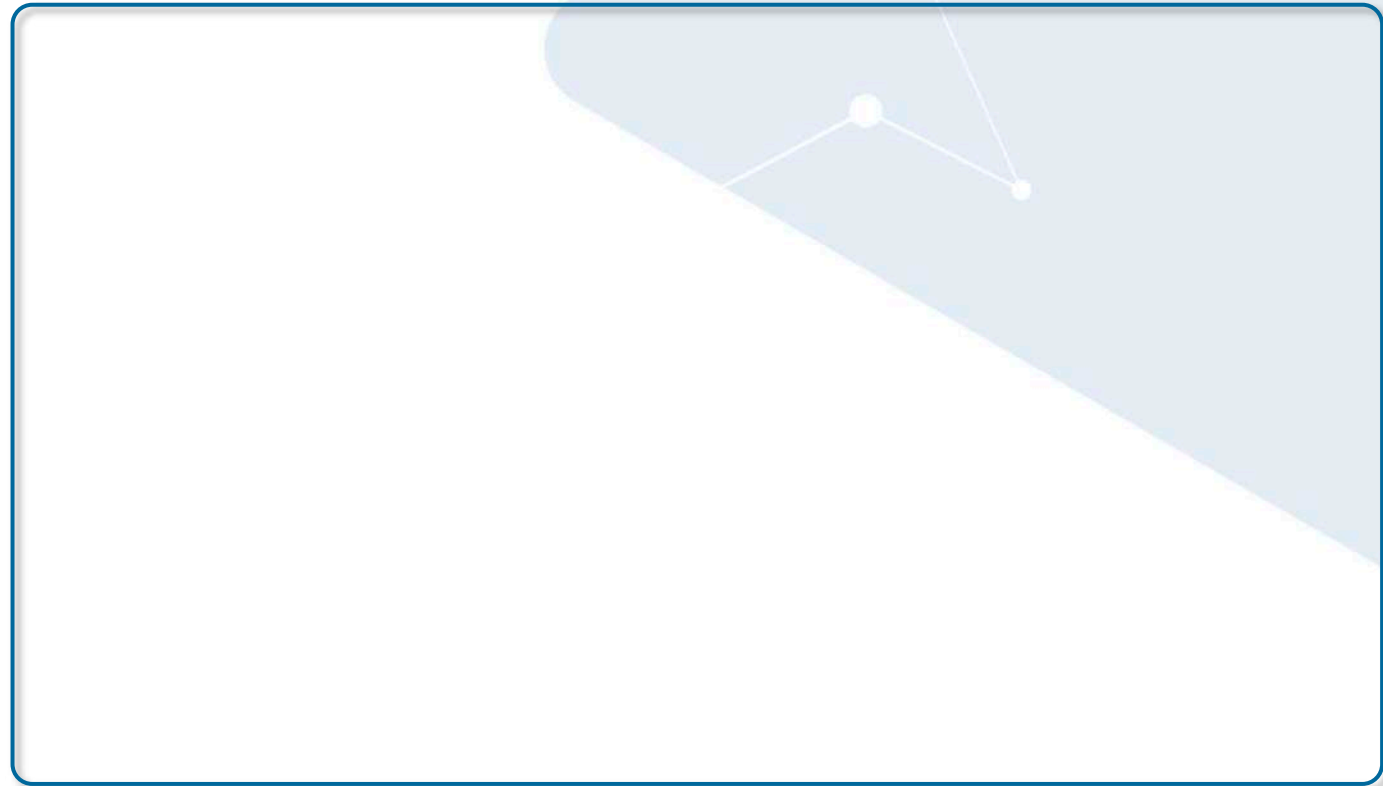




**FORO III:** Revolución Digital en la Comunicación Social:  
Dimensión Ética en la Tecnología de la Imagen,  
el Diseño Gráfico y la Producción Audiovisual.



Apuntes, semejanzas y características de nuestras profesiones.





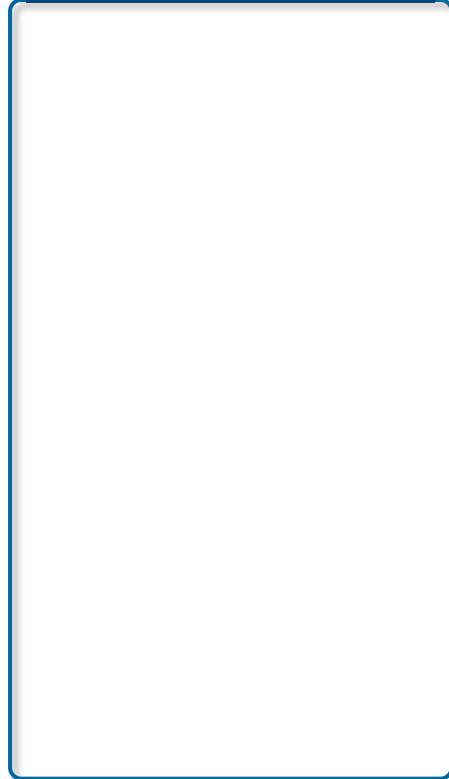
¿Qué tipo de impacto y disrupciones se derivan de la convergencia de las tecnologías de la imagen que deban normarse en el Código de Ética?



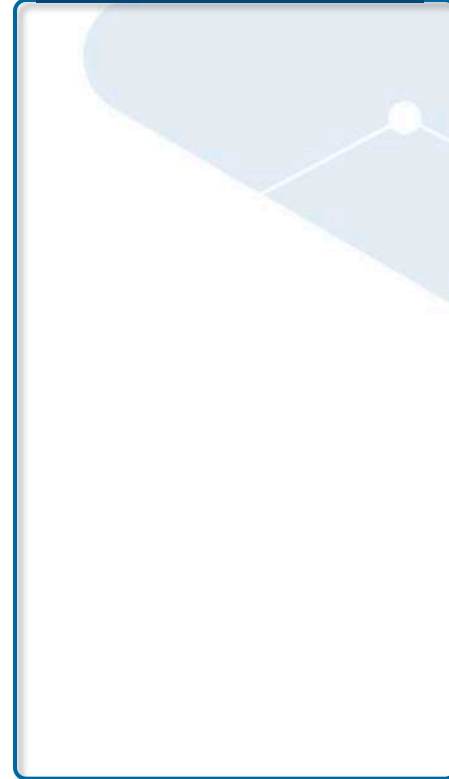



## Los usos sociales de la tecnología de la imagen, la producción audiovisual y el diseño.

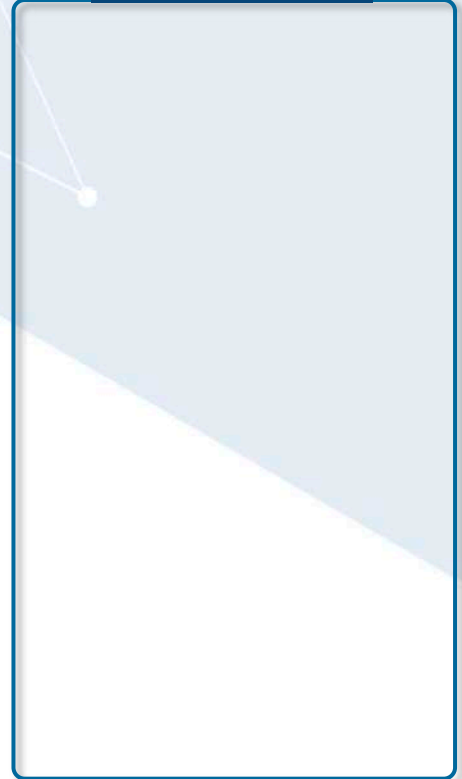
### Potencialidades Prácticas



### Narrativas y Lenguajes



### Consejos Éticos



# El Deber Ser

## Las Normas

## Los Criterios

Los Valores

Ser

Los Principios

**FORO III:** Revolución Digital en la Comunicación Social:  
Dimensión Ética en la Tecnología de la Imagen,  
el Diseño Gráfico y la Producción Audiovisual.



Elementos del Deber Ser

Normas y Criterios

Principios y Valores





“En las ciencias de la comunicación debemos hablar de una ética de las Relaciones Públicas, de la publicidad, del Periodismo, de la imagen audiovisual, concretándose en códigos específicos ( de organizaciones profesionales). Sin lugar a dudas, todas estas reglamentaciones están relacionadas y el profesional del área de comunicación deberá respetar estas normas básicas en su tarea diaria”

*(Gabriel Pablo Stortini), 2011)*

Deje su opinión





Las tecnologías de la Imagen, la Producción Audiovisual y el Diseño Gráfico como definirlas: profesión, arte , negocio, narrativas, lenguajes, apropiaciones simbólicas de la Era Digital de la Revolución Tecnológica.

### Opiniones, cambios y sugerencias

## I. Valores del Contexto

Los servicios de producción, las tecnologías de la imagen, el diseño gráfico y los contenidos audiovisuales se fundamentarán en principios y valores reconocidos en los marcos jurídicos, legales sociales y culturales de nuestra sociedad.

De igual forma , serán consecuentes con los principios de respeto, igualdad, equidad de representación de los diversos grupos humanos y sociales, etarios , étnicos, y de la diversidad y la pluralidad a efecto de enmarcar el trabajo del diseño y la producción en un encuadre amplio de los derechos humanos de las personas.

En cuanto al contenido, los lenguajes y las narrativas, las mismas deberán responder de manera coherente a la información, mensaje o conjunto de ideas, que se le han contratado, sin perjuicio de las formas y recursos que elijan como productores de la imagen, diseñadores o productores multimediales.







## Principios éticos de la Narrativa Audiovisual

Las tecnologías o conjunto de recursos técnicos, no deben ser excusables para que los mensajes o propuestas discursivas violenten el lenguaje, las buenas costumbres, y la idiosincracia de las audiencias.

Las producciones audiovisuales, producto de las tecnologías de la imagen y diseño gráfico se abstendrán del uso de prejuicios, estereotipos, discursos extremistas, o uso de signos que refieran a mensajes de odio, racistas, xenofóbicos, sexismo, de género o cualquiera otra forma de manifestación discriminatoria.

Cuando se trate de producciones no informativas o noticiosas, sino de recreación de hechos o situaciones ficticias que afecten la realidad del contexto se utilizarán recursos de advertencia, con el objetivo de no confundir a las audiencias.

### Opiniones, cambios y sugerencias





## II. La Responsabilidad Social de la producción audiovisual, del diseño gráfico y la tecnología de la imagen

En materia de competitividad se respetarán los derechos de creatividad, marca, diseño, idea original y aportes de los diferentes equipos de trabajo y creativos que participen en la autoría de una pieza, producto o conjunto de ellas.

Toda producción, diseño de campañas, mensajes con mediación con tecnologías de la imagen tiene implícita la Responsabilidad Social, que conlleva la comunicación sea masiva o para comunidades específicas.

Entre los principios fundamentales de la producción y la creación audiovisual, digital y el diseño gráfico están la promoción del bien social, la convivencia, los valores y principios democráticos y todo aquello que implique las representaciones de la persona humana.

Los contenidos, entendida como la totalidad del mensaje de la obra, creación o productos de la comunicación deben responder a las demandas esenciales de los públicos atendidos o referenciados.

### Opiniones, cambios y sugerencias





### III El derecho a la intimidad personal de las personas y derechos conexos.

Cuando se utilicen imágenes, fotos, grabaciones de personas menores de edad, en condición de vulnerabilidad, adultos mayores o testigos de eventos o hechos de naturaleza delicada no será suficiente el derecho al uso de la imagen, sino también la razón informada sobre las formas de uso de las mismas.

Las creaciones audiovisuales, uso digital de la imagen y productos multimedia procurarán no mostrar situaciones o imágenes de sectores o poblaciones vulnerables, que inspiren sentimientos de rechazo o discriminación.

Cuando se realicen producciones espontáneas, directas in situ, tipo documental docudrama o recreaciones, debe protegerse la imagen de las personas y respetar la intimidad a efecto de no revictimizarlas.

#### Opiniones, cambios y sugerencias

A large, empty rectangular box with a light blue background and a thin blue border, intended for user feedback.