

# ÍNDICE

www.librotecnia.cl

- 9 Agradecimientos
- 11 Prólogo
- 15 Introducción
- 17 Ética en la Comunicación Estratégica
- 19 Impacto de la CE
- 21 Ética en la Publicidad
- 24 Impacto de la publicidad
- 27 Códigos de ética
- 33 Algunos temas de conflicto o dilemas éticos en la CE y la  
Publicidad
  - 33 1. Honesta rendición de cuentas
  - 34 2. Transparencia en la información
  - 35 3. Uso del poder y la información para ejercer influencia
  - 35 4. Giros del discurso y manejo de la omisión
  - 36 5. Representación de intereses (*lobby*)
  - 37 6. Uso privilegiado de información
  - 37 7. Estrategias basadas en transacciones
  - 38 8. Conflictos de interés
  - 38 9. Objeción de conciencia
  - 39 10. Trivialización de problemáticas sociales
  - 39 11. Tratamiento con dignidad de la persona humana
  - 40 12. Plagio

41	Conceptos fundamentales para una ética aplicada a la profesión
41	Ética, moralidad y legalidad
42	Diversas concepciones éticas: de la virtud, utilitarista y del deber
44	Ética profesional, motivaciones y bien común
46	Ética de las organizaciones
47	La dignidad de la persona
48	Criterios para el juicio moral de la acción concreta
51	Los hábitos morales: virtudes y vicios
52	Clasificación de las virtudes
54	Prudencia y justicia: Un análisis aplicado a la Comunicación Estratégica y a la Publicidad
59	Modelo de análisis y decisión
61	Aplicación de “la caja”
64	Ética en el diseño de estrategias y planes
67	Casos
67	Metodología para trabajar los casos
69	Caso 1   Tu habilidad con las palabras
73	Caso 2   Filtremos “esto” a los medios
76	Caso 3   “Necesito tu colaboración”
80	Caso 4   El reporte
82	Caso 5   Yogures de frutilla
86	Caso 6   “Hacer rendir las luquitas”
92	Caso 7   Alcanzar la paz en un <i>spot</i>
95	Caso 8   La combinación perfecta: Contingente, vanguardista y transgresor... ¿o no?
98	Caso 9   Copia fiel
101	Recursos adicionales
103	Bibliografía