



DATOS IDENTIFICATIVOS

Deontoloxía da comunicación

Materia	Deontoloxía da comunicación			
Código	P04G190V01501			
Titulación	Grao en Publicidade e Relacións Públicas			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	6	OB	3	1c
Lingua de impartición	Castelán			
Departamento	Psicoloxía evolutiva e comunicación			
Coordinador/a	Ramos Fernández, Luis Fernando			
Profesorado	Piñeiro Torres, Blanca Ramos Fernández, Luis Fernando			
Correo-e	ferramos@uvigo.es			
Web				
Descrición xeral				

Competencias

Código	
A2	Que os estudantes saiban aplicar os seus coñecementos ó seu traballo ou vocación dunha forma profesional e posúan as competencias que adoitan demostrarse por medio da elaboración e defensa de argumentos e a resolución de problemas dentro da súa área de estudo.
A3	Que os estudantes teñan a capacidade de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro da súa área de estudo) para emitir xuízos que inclúan unha reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica ou ética.
A5	Que os estudantes desenvolvan aquelas habilidades de aprendizaxe necesarias para emprender estudos posteriores cun alto grao de autonomía.
C7	Coñecemento da ética e a deontoloxía profesional da publicidade e das relacións públicas así como do ordenamento xurídico que afecta ás prácticas comunicativas
D1	Competencias interpretativas da comunicación: capacidade de recoñecer implicacións éticas en decisións profesionais

Resultados de aprendizaxe

Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe		
Identificar e interpretar os conceptos básicos sobre a ética e a deontoloxía profesional e as súas relacións co exercicio da liberdade de expresión e os seus límites	A3 A5	C7	
Identificar, explicar e interpretar as normas xurídicas que desenvolven o artigo 20 da Constitución e o 19 da Declaración Universal de Dereitos Humanos.	A3	C7	D1
Recoñecer as actuacións contrarias a Dereito e ás normas deontolóxicas da Comunicación.	A5	C7	D1
Entender, interpretar e aplicar as resolucións dos comités deontolóxicos e, no seu caso, as normas xurídicas que regulan a comunicación	A2 A3	C7	D1
Recoñecer e interpretar a regulación xurídica dos medios de comunicación e valorar o exercicio das liberdades informativas e da empresa de comunicación	A3	C7	D1

Contidos

Tema

1. Ética e deontoloxía. Conceptos xerais	ETICA PROFESIONAL 1.1. A ética das profesións.- 1.1.1.-A ética xurídica.- 1.1.2. A bioética.- 1.12.1. A publicidade médica. 1.1.3. A ética do ensino.-
1.2. A ética da comunicación.-	ETICA DOS PERODISTAS 1.2.1. A ética dos xornalistas 1.2.2. Os códigos deontolóxicos 1.2.2.1. O código do Colexio de Xornalistas de Cataluña 1.2.2.2. O Consello da Información de Cataluña 1.2.2.3. O Código Deontolóxico da FAPE 1.2.2.4. O Código Europeo 1.2.2.5. Outros códigos europeos 1.2.3. O Xurado Ética Xornalística 1.2.4. A autorregulación publicitaria 1.2.4.1. O Xurado da Publicidade 1.2.5. A deontoloxía das Relacións Públicas 1.2.6. O Código Deontolóxico do Protocolo 1.3. Deontoloxía fronte ao remedio xudicial
2. Ética e Dereito. O bonum e o iustum	DEREITOS E NORMAS 2.1. Concepto de cultura xurídica. Definición e obxecto do Dereito 2.2. Clasificación de Dereito e as súas calidades. 2.3 O rango das normas 2.4. Os Dereitos Humanos 2.5. Os atributos da cidadanía
3. A liberdade de expresión e os seus límites	LIBERTADE DE EXPRESIÓN 3.1. Os tres suxeitos da Liberdade de Expresión 3.2. O artigo 20 da Constitución española 3.3. As constitucións democráticas 3.4. O equilibrio entre deberes e dereitos
4. O Estatuto profesional da Comunicación	O COMPROMISO ÉTICO 4.1. O compromiso ético do xornalista. 4.2. A cláusula de conciencia e o segredo profesional 4.3. A propiedade intelectual do profesional da comunicación. A vertente moral e a vertente patrimonial. 4.4. A propiedade intelectual do publicitario 4.5. Restriccións e cánones.
5. Deberes morais da empresa de comunicación	A EMPRESA DE COMUNICACIÓN 5.1. Natureza da empresa de comunicación. 5.2. Características do sistema informativo español 5.3. A postura europea fronte á concentración. 5.4. A ética das empresas de comunicación. 5.5. A regulación xurídica dos medios audiovisuais. A Lei Xeral da Comunicación Audiovisual. 5.5.1. O réxime xurídico das Telecomunicaciones. O mundo editorial. A cinematografía 5.6. A radiotelevisión pública. 5.7. Os consellos audiovisuais en Europa.
6. Límites xurídicos fronte á falta de deontoloxía profesional	A DIGNIDADE DA PERSOA 6.1. O honor, a intimidade e a propia imaxe persoal e familiar. 6.2. Os delitos de injurias e calumnias. A injuria xornalística. Difamación e campaña de prensa. 6.3. As injurias ao Rei. O dereito de rectificación e resposta. 6.4. O interese do Estado.: O segredo oficial. O segredo sumarial. A liberdade de expresión e a comunicación comercial. 6.5. O uso ético da liberdade de expresión para evitar o remedio xudicial
7. A ética necesario na comunicación comercial	VALORES DA PUBLICIDADE 7.1. Os valores e as disfuncións da publicidade. 7.2. A cultura do consumo. A defensa dos consumidores. 7.3. Morfoloxía da mensaxe publicitaria. 7.4. A responsabilidade dos anunciantes e os contidos do anuncio 7.5. Liberdade de expresión e marco de protección á creación publicitaria. Caso europeo e norteamericano 7.6. As normas legais que afectan á publicidade en España 7.7. A protección dos consumidores e usuarios 7.8. As regras do xogo limpo e a competencia leal.

8. Autorregulación fronte ao remedio xudicial.	CÓDIGOS DEONTOLÓXICOS E A SUA APLICACIÓN 8.1. Códigos deontolóxicos contra o engano culposo. 8.2. A actividade do xurado de ética publicitaria. 8.3. A empresa publicitaria. O contrato de publicidade. A obrigação moral de cumprir o pactado. 8.4. O dereito dos consumidores e a publicidade no ámbito civil. A boa fe dos consumidores. O contrato de adhesión. 8.5. A publicidade comercial no proceso do contrato. 8.6. O patrocinio e o mecenazgo publicitarios
9. A nova criminalidad no ciberespacio	A CRIMINALIDADE INFORMÁTICA 9.1 A criminalidad informática. A protección de datos en España. 9.2 Problemas xurídicos de Internet. A regulación da actividade comercial na rede. Nomes de dominio. 9.3 Privacidad das persoas. Usos de datos. Axencias de Espionaje. 9.4 Resposta xurídica ás novas tecnoloxías da comunicación. Os satélites. 9.5 A necesidade de ética en Internet.

Planificación

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Sesión maxistral	15	15	30
Seminarios	10	20	30
Prácticas de laboratorio	20	40	60
Probas de tipo test	1	6	7
Probas de resposta longa, de desenvolvemento	1	7	8
Traballos e proxectos	3	12	15

*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientador, considerando a heteroxeneidade do alumnado.

Metodoloxía docente

	Descrición
Sesión maxistral	Explicación en clase dos contidos do programa a exame de casos prácticos
Seminarios	Uso de material audiovisual, análise en grupo de casos prácticos desenvolvidos no devandito material e traballo individual posterior.
Prácticas de laboratorio	Uso de material audiovisual, análise en grupo de casos prácticos desenvolvidos no devandito material e traballo individual posterior.

Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
Sesión maxistral	Se completarán tódadas explicacións atendendo ós alumnos nas tutorías
Seminarios	Fomentaremos o traballo en grupo con elevado sentido crítico
Prácticas de laboratorio	As clases se complementan con traballos e debates

Avaliación

	Descrición	Cualificación	Resultados de Formación e Aprendizaxe		
Probas de tipo test	20 preguntas de resposta varia a valorar de 0 a 10, segundo acertos.	25		C7	
Probas de resposta longa, de desenvolvemento	Cinco preguntas de desenvolvemento referidas aínda caso práctico. A asistencia regular e entrega de traballos só esixe responder a tres deste cinco.	25	A3 A5	C7	D1
Traballos e proxectos	Desenvolvemento e tratamento de cuestione profesionais desde un punto de vista xurídico e ético	50	A2 A3 A5	C7	D1

Outros comentarios sobre a Avaliación

Bibliografía. Fontes de información

FERNANDO RAMOS, **APUNTES DE LA MATERIA**, FAITIC,

Hugo Aznar, **"Información responsable"**, Ariel,

Hugo Aznar, **"Pautas éticas para la comunicación social"**, CEU,

Hugo Aznar, **"Ética y periodismo"**, Paidós,

Porfirio Barroso Asenjo, **"Códigos Deontológicos de los medios de comunicación"**, Ediciones Paulinas,

Porfirio Barroso Asengo, " Fundamentos deontológicos de las Ciencias de la Información ", Mitre,
Ignacio Bel Mallén y Loreto Corredoira, " Derecho de la Información ", Ariel,
Niceto Blázquez, " Información responsable " Volumen 1., Noticias S.A.,
Niceto Blázquez, " La nueva ética en los medios de comunicación ", BAC,
Niceto Blázquez, " Cuestiones deontológicas del periodismo ", Instituto de Filosofía,
Enrique Bonete Perales, " Éticas de la Información y Deontología del periodismo ",
Luis Carreras de Serra, " Régimen jurídico de la información ", Ariel,
Luis Carreras de Serra, " Derecho español de la información ", UOC,
Marc Carrillo, " La cláusula de conciencia y el secreto profesional de los periodistas ", Centre D'Investigació de la Comunicació,
Marc Carrillo, " Los límites de la libertad de prensa en la Constitución de 1948 ", PPU,
José María de la Cuesta Rute, " Curso de Derecho de la Publicidad ", Eunsa,
Emmanuel Derieux, " Cuestiones ético-jurídicas de la información ", EUNSA,
J. González Bedoya, " Manuel de Deontología informativa ", Alhambra Universidad,
Carlos Lema Devesa, " Problemas jurídicos de la publicidad ", Marcial Pons,
José Luis López Aranguren, " Ética ", Alianza Editorial,
Fernando Ramos, " La Comunicación bajo control ", Asociación de la Prensa de Vigo,
Fernando Ramos, " La publicidad contaminada ", Universitat,
Fernando Ramos, " Manuel de Derecho de la Información ", Laverde ediciones,
Gregorio Robles, " Los derechos fundamentales y la ética en la sociedad actual ", Civitas,
Carlos Soria, " La hora de la ética informativa ", Mitre,

Otros textos recomendados ARRECHEDENA, J.J. y otros, Bioética, psiquiatría y Derechos Humano, Madrid, Pfizer, 1995. BEL MALLÉN. J.I.: voz "Autocontrol". Diccionario de Ciencias y Técnicas de la Comunicación, dirigido por Ángel Benito, Madrid, Ediciones Paulinas, 1991. BRAJNOVIC, Luka, Deontología periodística, Pamplona, Eunsa, 1978. GARCIA SANZ, Rosa María, El derecho de autor de los informadores, Madrid, Colex, 1992. GOODWIN, Eugene, Groping for ethics in journalism, The Iowa State University Press, 1983. LAMBETH E.B.: Committed Journalism: An ethic for the profession. Bloomington Indiana University Press, 1986. PERNAU JOSEP: Código deontológico de los periodistas de Cataluña. Éticas de la Información y Deontología del Periodismo, Madrid, Editorial Tecnos, 1995. Obra colectiva, coordinada por Enrique Bonet Perales. PÉREZ LUÑO, Antonio Enrique, Manual de Informática y Derecho, Barcelona, Ariel, 1996. PETIT CARO, Antonio: El compromiso ético del periodista y el Código de la FAPE. Éticas de la Información y Deontología del Periodismo, Madrid, Editorial Tecnos, 1995. Obra colectiva, coordinada por Enrique Bonet Perales. PECES-BARBA, Gregorio, La Constitución española de 1978, un estudio de Derecho y política, Valencia, Fernando Torres editor, 1984. RAMOS FERNÁNDEZ, FERNANDO. La ética de los periodistas, Pontevedra, Ediciones de la Diputación Provincial de Pontevedra, 1996. RIPOLL CARULLA, Santiago, Las libertades de información y de comunicación en Europa, Madrid, Tecnos, 1995. RODRÍGUEZ DUPLA, Leonardo: Ética clásica y ética periodística. Éticas de la Información y Deontologías del periodismo. Obra colectiva, coordinada por Enrique Bonet Perales, Madrid, Tecnos, 1995. ROMERO, Andrés, Código Ético, Medios de Comunicación Infantiles y Juveniles, Madrid, Doncel, 1975. SGRECCIA, A. Bioética, manuale per medici e biologi, Milán, Vita e Pensiero, 1987. -BONET, Jordi, EL DERECHO DE LA INFORMACIÓN EN EL CONVENIO EUROPEO DE DERECHOS HUMANOS, ed. PPU, Barcelona, 1994. -Carreras de la Serra, Lluís, -DERECHO ESPAÑOL DE LA INFORMACIÓN, Editorial UOC, Barcelona, 2003. -Cousido González, María del Pilar: DERECHO DE LA COMUNICACIÓN. (Tres volúmenes). Madrid, Colex, 2000 -Cremades, Javier, y Fernández Ordóñez, Miguel Angel, (Coordinadores): RÉGIMEN JURÍDICO DE INTERNET. Madrid, La Ley, 2002. -Escobar de la Serna, Luis, DERECHO DE LA INFORMACIÓN, Madrid, Dykinson, 2004

Recomendacións
Materias que continúan o temario
Elaboración da mensaxe publicitaria/P04G190V01401
Materias que se recomenda cursar simultaneamente
Avaliación da eficacia publicitaria/P04G190V01601
Materias que se recomenda ter cursado previamente
Comunicación: Teoría e historia da comunicación/P04G190V01104