



## 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         | Martínez Rodríguez, Beatriz  |        |       |              |
| Profesorado           | Martínez Rodríguez, Beatriz  |        |       |              |
| Correo-e              | beatrizmartinez@uvigo.es   |        |       |              |
| Web                   |  |        |       |              |
| Descrición xeral      | Aproximación ao conxunto de principios e regras éticas que regulan e guían a actividade profesional comunicativa |        |       |              |

## 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<br>A5                              | C7 |    |
| Interpretar e aplicar as normas xurídicas que constitúen o remedio xudicial e a arquitectura do desenvolvemento do 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<br>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. Introducción o concepto de Deontoloxía da comunicación e a publicidade.   | 1. Aproximación o concepto de deontoloxía<br>2. A Ética<br>3. Deontoloxía como ética das profesions<br>4. O obxecto de estudio da deontoloxía: a profesión<br>5. Dereito da información<br>6. Normas deontolóxicas fundamentais |
| 2. Dereito á información, dereito á libre competencia, dereitos do consumidor. Normas xurídicas que regulan o ecosistema informativo | 1. Concepto de dereito da Información<br>2. Dereito á información, dereito fundamental<br>3. Textos legais que consagran a liberdade de información<br>4. Lexislación vigente referida ao dereito de a información              |
| 3. A regulación das relacións do sistema de comunicación. As comisións de ética e os órganos de autorregulación como alternativa.    | 1. Diferenza entre normas éticas e xurídicas<br>2. Funcións da autorregulación<br>3. Mecanismos para a regulación ética dos medios de comunicación<br>4. Efectividade da autorregulación  |
| 4. Criterios operativos da actividade comunicativa e publicitaria  | 1. Respeto a o obxecto de a comunicación<br>2. Respeto das fontes<br>3. Respeto ao público  |
| 5. Relacións do profesional coa organización, cos medios e cos anunciantes   | 1. Instrumentos para actuar en conciencia<br>2. Deberes derivados da conciencia profesional<br>3. Criterios de conduta en caso de conflito  |
| 6. Verdade e persuasión na publicidade e as RR.PP.   | 1. Persuasión, suxestión, manipulación<br>2. Formas do engano na publicidade  |
| 7. Dereito á honra, á intimidade e propia imaxe  | Orixe<br>Os dereitos na constitución española<br>Criterios operativos   |
| 8. Formas lícitas e ilícitas de publicidade  | Publicidade comparativa<br>Publicidade indirecta<br>Publicidade encuberta   |
| 9. Suxeitos especiais da publicidade: muller e infancia  | Lexislación española referida a protección de infancia e muller<br>Normas deontolóxicas de protección da infancia<br>Decálogo para identificar o sexismo na publicidade   |

### Planificación

|                               | Horas na aula | Horas fóra da aula | Horas totais |
|-------------------------------|---------------|--------------------|--------------|
| Lección maxistral             | 24            | 0                  | 24           |
| Seminario                     | 10            | 10                 | 20           |
| Prácticas de laboratorio      | 14            | 64                 | 78           |
| Exame de preguntas obxectivas | 2             | 26                 | 28           |

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

### Metodoloxía docente

|                          | Descrición   |
|--------------------------|--|
| Lección maxistral        | Lección maxistral dos contidos da materia  |
| Seminario                | Actividades enfocadas a o traballo sobre un tema específico, que permiten afondar ou complementar os contidos de a materia. Pódense empregar como complemento de as clases teóricas.                                       |
| Prácticas de laboratorio | Exposición por parte do alumnado ante o docente e/ou un grupo de estudantes dun tema sobre contidos da materia ou dos resultados dun traballo, exercicio, proxecto... Pódese levar a cabo de xeito individual ou en grupo. |

### Atención personalizada

| Metodoloxías             | Descrición   |
|--------------------------|--|
| Seminario                | Sesións prácticas nas que os alumnos analizan casos e códigos deontolóxicos baixo a dirección do profesor no aula e expóñenos e defenden públicamente as súas conclusións. Traballo tutorizado |
| Prácticas de laboratorio | Sesións prácticas nas que os alumnos analizan casos e códigos deontolóxicos baixo a dirección do profesor no aula e expóñenos e defenden públicamente as súas conclusións. Traballo tutorizado |

### Avaliación

| Descrición | Cualificación | Resultados de Formación e Aprendizaxe |
|------------|---------------|---------------------------------------|
|            |               |                                       |

|                               |  |    |                |    |    |
|-------------------------------|--|----|----------------|----|----|
| Prácticas de laboratorio      | Avaliación da capacidade de comunicación e expresión dos coñecementos adquiridos e das ideas desenvolvidas en público. Aportación ao debate grupal durante a realización dos seminarios y prácticas orais e escritas.  | 60 | A2<br>A3<br>A5 | C7 | D1 |
| Exame de preguntas obxectivas | Avaliación dos coñecementos teóricos mediante a realización de probas escritas (exames). Os contidos teóricos adquiridos durante as leccións maxistras evaluaránse mediante esta proba. Para superar a asignatura hai que obter un 5 na avaliación dos coñecementos teóricos (neste exame de preguntas obxectivas) | 40 | A2<br>A3<br>A5 | C7 | D1 |

---

### Outros comentarios sobre a Avaliación

---

#### Bibliografía. Fontes de información

##### Bibliografía Básica

Martínez, Beatriz, **Apuntes de la asignatura en faitic,**

AZNAR, HUGO, **Comunicación responsable : la autorregulación de los medios**, 2, Ariel, 2005

BEL MALLÉN, IGNACIO Y CORREDOIRA, LORETO, **Derecho de la Información**, Ariel, 2003

LEMA DEVESA, CARLOS, **Código de publicidad**, 2, Marcial Pons, 1999

MARTÍN LLAGUNO, Marta, **En torno a la deontología de la comunicación comercial : cuestiones y conceptos básicos**, 1, Martín Llaguno, Marta,, 2008

MARTÍNEZ PASTOR, Esther, **Los mensajes publicitarios analizados desde la comunicación y el derecho**, 1, Universitas, 2009

##### Bibliografía Complementaria

---

### Recomendacións

---

#### Materias que se recomienda ter cursado previamente

Comunicación: Historia da propaganda e a publicidade/P04G190V01204

Comunicación: Teoría e historia da comunicación/P04G190V01104

---