



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 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 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 2. A Ética 3. Deontoloxía como ética das profesions 4. O obxecto de estudio da deontoloxía: a profesión 5. Dereito da información 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 2. Dereito á información, dereito fundamental 3. Textos legais que consagran a liberdade de información 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 2. Funcións da autorregulación 3. Mecanismos para a regulación ética dos medios de comunicación 4. Efectividade da autorregulación |
| 4. Criterios operativos da actividade comunicativa e publicitaria | 1. Respeto a o obxecto de a comunicación 2. Respeto das fontes 3. Respeto ao público |
| 5. Relacións do profesional coa organización, cos medios e cos anunciantes | 1. Instrumentos para actuar en conciencia 2. Deberes derivados da conciencia profesional 3. Criterios de conduta en caso de conflito |
| 6. Dereito á honra, á intimidade e propia imaxe | Orixe Os dereitos na constitución española Criterios operativos |
| 7. Formas lícitas e ilícitas de publicidade | Publicidade comparativa Publicidade indirecta Publicidade encuberta |
| 8. Suxeitos especiais da publicidade: muller e infancia | Lexislación española referida a protección de infancia e muller Normas deontolóxicas de protección da infancia 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 aprofundar 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 A3 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 A3 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 cursar simultaneamente

Técnicas de propaganda política/P04G190V01506

Materias que se recomienda ter cursado previamente

Comunicación: Comunicación escrita/P04G190V01201

Comunicación: Historia da propaganda e a publicidade/P04G190V01204

Comunicación: Teoría e historia da comunicación/P04G190V01104
