



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	Ramos Fernández, Luis Fernando			
Correo-e	ferramos@uvigo.es			
Web				
Descrición xeral	A materia quere achegar ao alumnado a aqueles conceptos básicos en torno á ética e a deontoloxía profesional, así como ao ordenamento xurídico que afecta ás prácticas comunicativas: normas xurídicas do ecosistema informativo, códigos deontolóxicos, linguaxe xurídica e ético, os límites ao exercicio da liberdade de expresión, etc.			

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

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

Planificación

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Lección maxistral	15	15	30
Seminario	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
Lección maxistral	Explicación en clase dos contidos do programa a exame de casos prácticos
Seminario	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
Lección maxistral	Se completarán tódadas explicacións atendendo ós alumnos nas tutorías
Seminario	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

Bibliografía Básica

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

Bibliografía Complementaria

Hugo Aznar, **Información responsable**, Ariel, 1995

Hugo Aznar, **Pautas éticas para la comunicación social**, CEU, 1999

Hugo Aznar, **Ética y periodismo**, Paidós, 2000

Porfirio Barroso Asenjo, **Códigos Deontológicos de los medios de comunicación**, Ediciones Paulinas, 1984

Porfirio Barroso Asenjo, **Fundamentos deontológicos de las Ciencias de la Información**, Mitre, 1995

Ignacio Bel Mallén y Loreto Corredoira, **"Derecho de la Información**, Ariel, 2003

Niceto Blázquez, **Información responsable. Volumen 1**, Noticias S.A., 1984

Niceto Blázquez, **La nueva ética en los medios de comunicación**, BAC, 2002

Niceto Blázquez, **Cuestiones deontológicas del periodismo**, Instituto de Filosofía, 1984

Enrique Bonete Perales, **Éticas de la Información y Deontología del periodismo**, 1995

Luis Carreras de Serra, **Régimen jurídico de la información**, Ariel, 1996

Luis Carreras de Serra, **Derecho español de la información**, UOC, 2003

Marc Carrillo, **La cláusula de conciencia y el secreto profesional de los periodistas**, Centre D'Investigació de la Comunicació, 1993

Marc Carrillo, **Los límites de la libertad de prensa en la Constitución de 1948**, PPU, 1987

José María de la Cuesta Rute, **Curso de Derecho de la Publicidad**, EUNSA, 2002

Emmanuel Derieux, **Cuestiones ético-jurídicas de la información**, EUNSA, 1983

J. González Bedoya, **Manuel de Deontología informativa**, Alhambra Universidad, 1987

Carlos Lema Devesa, **Problemas jurídicos de la publicidad**, Marcial Pons, 2007

José Luis López Aranguren, **Ética**, Alianza Editorial, 1985

Fernando Ramos, **La Comunicación bajo control**, Asociación de la Prensa de Vigo, 2007

Fernando Ramos, **La publicidad contaminada**, Universitas, 2003

Fernando Ramos, **Manuel de Derecho de la Información**, Laverde ediciones, 2000

Gregorio Robles, **Los derechos fundamentales y la ética en la sociedad actual**, Civitas, 1992

Carlos Soria, **La hora de la ética informativa**, Mitre, 1991

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
