

## PROGRAMA DE LA ASIGNATURA

Curso académico: 2013-14

Identificación y características de la asignatura				
Código	500334			Créditos ECTS
				6
Denominación (español)	Ética y Deontología de la Comunicación Audiovisual			
Denominación (Inglés)	Ethics and deontology of the Audiovisual Communication			
Titulaciones	Grado en Comunicación Audiovisual			
Centro	Facultad de Ciencias de la Documentación y la Comunicación			
Semestre	2º	Carácter	Obligatorio	
Módulo	Teoría y Práctica de los Medios Audiovisuales			
Materia				
Profesor/es				
Nombre	Despacho	Correo-e	Página web	
Ana M <sup>a</sup> González Delgado	110	agondel@alcazaba.unex.es		
Área de conocimiento	Comunicación Audiovisual y Publicidad			
Departamento	Información y Comunicación			
Profesor coordinador (si hay más de uno)				
Competencias y objetivos				
<p><b>Objetivos</b></p> <p><b>Generales:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Conocer los distintos aspectos del ser humano que influyen en la toma de decisiones: biológico, psicológico, social y moral.</li> <li>2. Reflexionar sobre el valor de la Ética en la vertiente personal y profesional del ser humano.</li> <li>3. Reflexionar y aplicar el sentido de la libertad y autonomía individual en la toma de decisiones profesionales que poseen un trasfondo ético.</li> <li>3. Ser capaz de tomar decisiones profesionales a partir del discernimiento de sus implicaciones éticas y, en general, humanas.</li> </ol> <p><b>Específicos:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Reflexionar y conocer el valor de la Ética como estándar que define y distingue el trabajo del profesional de la información y de la comunicación.</li> <li>2. Estudiar y conocer el valor de la autorregulación y co-regulación en el ámbito de los medios de comunicación.</li> <li>3. Conocer las principales claves sociales, culturales y empresariales de los medios de comunicación, como contexto profesional que influye en la producción de contenidos por parte de los medios de comunicación.</li> </ol>				

4. Conocer la ética y deontología profesional, así como el ordenamiento jurídico de la información, que afecta tanto a la práctica profesional como a la labor del comunicador
5. Conocer a nivel teórico-práctico los mecanismos legislativos de incidencia en el audiovisual o la comunicación, así como el régimen jurídico de su aplicación en las producciones audiovisuales. Incluyendo también el conocimiento de los principios éticos y de las normas deontológicas de la comunicación audiovisual.
6. Tener la capacidad para reunir e interpretar datos relevantes dentro del área de estudio de la comunicación audiovisual, para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.

### **Temario de la asignatura**

#### **Breve descripción del contenido**

La asignatura Ética y Deontología de la Comunicación Audiovisual se sitúa en el contexto de las decisiones intelectuales que los profesionales del audiovisual deben tomar en el ejercicio de su trabajo. Dichas decisiones conectan especialmente con las labores más creativas de estos profesionales, vinculadas inevitablemente con la selección, creación, producción, edición y difusión de contenidos de realidad, ficción o comunicaciones comerciales, hoy convertidos en productos de una industria, más que en servicios intangibles a la sociedad.

Como complemento del Derecho de la Información y de la Comunicación, la asignatura se encuadra en el debate sobre responsabilidad y libertad, contemplado desde la perspectiva de las decisiones individuales en conciencia, vinculadas al *deber* ético profesional, pero también a la propia idiosincrasia del ser humano en su dimensión moral, psicológica y social.

Por otra parte, la asignatura explica la Deontología profesional como la concreción para un colectivo profesional determinado de las normas éticas generales, haciendo hincapié en el estudio de los instrumentos autorreguladores vigentes hoy en los medios de comunicación en España, en los sectores prensa, audiovisual y publicitario.

### **Temario de la asignatura**

TEMA 1. Definición de Ética y moral. Responsabilidad social de los medios de comunicación: la deontología como cualidad definitoria del buen profesional.

TEMA 2. Deontología de la Comunicación Audiovisual: concepto y eficacia de los mecanismos de autorregulación en el mercado mediático.

TEMA 3. Ética y Deontología de la Información Audiovisual. La veracidad como requisito imprescindible. La función social de la información periodística.

TEMA 4. Ética y Deontología de la Ficción Audiovisual.

TEMA 5. Ética y Deontología de la Publicidad Audiovisual.

### Actividades formativas y metodología

Horas de trabajo del alumno por tema		Presencial		Actividad de seguimiento	No presencial
		GG	SL	TP	EP
Tema	Total				
1 Teoría	18.15	8		0.15	10
2 Teoría	18.15	8		0.15	10
3 Teoría	28.15	12		0.15	16
4 Teoría	25.15	10		0.15	15
5 Teoría	27.15	12		0.15	15
1 Práctica	6.65		1	0.15	5.5
2 Práctica	6.65		1	0.15	5.5
3 Práctica	6.65		1	0.15	5.5
4 Práctica	6.65		1	0.15	5.5
5 Práctica	6.65		1	0.15	5.5
<b>Evaluación del conjunto</b>	150	50	5	1.5	93.5

GG: Grupo Grande (100 estudiantes).

SL: Seminario/Laboratorio (prácticas clínicas hospitalarias = 7 estudiantes; prácticas laboratorio o campo = 15; prácticas sala ordenador o laboratorio de idiomas = 30, clases problemas o seminarios o casos prácticos = 40).

TP: Tutorías Programadas (seguimiento docente, tipo tutorías ECTS).

EP: Estudio personal, trabajos individuales o en grupo, y lectura de bibliografía.

### Sistemas de evaluación

La evaluación continua, durante el cuatrimestre y con las sesiones teóricas y prácticas, vale un 40% en el que se incluye la elaboración de 5 trabajos cuya dinámica se irá anunciando con antelación en clase y en el Campus Virtual; el examen final, tiene una validez de un 60%. Dicho examen final consistirá en una pregunta de reflexión teórico-práctica, con espacio limitado y con un valor de 6 puntos. **Se tendrán en cuenta las faltas de ortografía, aunque sólo sea una, para suspender este ejercicio.**

La evaluación continua se puntúa sobre 4 puntos. Es **IMPRESINDIBLE** para aprobar la asignatura obtener al menos el 50% de la nota de cada ejercicio, ya que no se podrá obtener una nota media.

**Metodología de las Sesiones de Prácticas** (grupos pequeños), que se estructurarán de la siguiente forma:

1.- **Obligatoriedad de la asistencia a las sesiones prácticas.** El profesor pasará lista, de manera que, a la tercera ausencia, justificada o no, el alumno perderá la calificación correspondiente a la asistencia y participación que comprende un 40% de la nota final de la asignatura.

2.- **Resolución del Ejercicio Práctico. Se estructurarán cinco trabajos prácticos y 10 grupos de alumnos el primer día de clase.** Los alumnos deberán entregar todas las actividades prácticas que se programen y se establecerá turnos para la exposición en grupo de los trabajos en clase. Será obligatorio asistir a las sesiones prácticas.

3.- **Acceso a recursos en línea.** Algunas sesiones prácticas requerirán el acceso a recursos en línea. Al final de la sesión los alumnos deberán entregar a través del Campus Virtual el Informe resumen con las actividades realizadas.

4.- **Controles sorpresa de evaluación.** En determinadas semanas podrá procederse a evaluar el contenido de los contenidos explicados, lo cual puede hacerse mediante algunas de las siguientes modalidades: a) Preguntas cortas a desarrollar; b) Un Caso Práctico.

5. El contenido de los trabajos versarán sobre los temas explicados en clase mediante la proyección de películas, series de televisión o lecturas programadas de publicaciones que surjan durante el curso o de años anteriores.

### Bibliografía y otros recursos virtuales

**Obligatorio:**

- Apuntes de clase.
- Material entregado por el profesor y que será publicado en el Campus Virtual de la Universidad de Extremadura.

**Consulta**

- ARANGUREN, J. L., *Ética*, Alianza, Madrid, 2001.
- ARROYO, I., *Ética de la imagen*, Laberinto, Madrid, 2000.
- AZNAR, H. *Comunicación responsable: deontología y autorregulación de los medios*, Ariel, Barcelona, 1999.
- AZNAR, H., *Códigos éticos de publicidad y marketing*, Ariel, Barcelona, 2000.
- AZNAR, H., *Ética de la comunicación y nuevos retos sociales: códigos y recomendaciones para los medios*, Paidós, Barcelona, 2005.
- AZNAR, H., *Ética y periodismo: códigos, estatutos y otros documentos de autorregulación*, Paidós, Barcelona, 2000.
- AZNAR, H., *La autorregulación de los medios*, Ariel, Barcelona, 2005.
- BLÁZQUEZ, N., *Ética y medios de comunicación*, Biblioteca de Autores Cristianos, Madrid, 1994.
- BLÁZQUEZ, N., *Foro ético mundial y medios de comunicación*, Visión Net, Madrid, 2006.
- BLÁZQUEZ, N., *La nueva ética en los medios de comunicación: problemas y dilemas de los informadores*, Biblioteca de Autores Cristianos, Madrid, 2002.
- BONETE, E., *Ética de la Comunicación Audiovisual: materiales para una ética mediática*, Tecnos, Madrid, 1999.
- BONETE, E., *Éticas de la Información y Deontologías del Periodismo*, Tecnos, Madrid, 1995.
- CAMACHO, I., *Ética de la empresa*, Desclée de Brower, Bilbao, 2007.
- CATELA, I., *Ética de la televisión: consejos de sabios para la caja tonta*, Desclée de Brower, Bilbao, 2005.
- ECHANIZ, A., *Ética del profesional de la comunicación*, Desclée de Brower, Bilbao, 2004.
- GARCÍA FERNÁNDEZ, F., *Ética e Internet: manzanas y serpientes*, Rialp, Madrid, 2007.
- GORDON, D., *Controversies in media ethics*, Longman, New York, 1999.
- JENSEN, J., *Ethical issues in the communication process*, Lawrence Erlbaum, New Jersey, 1997.
- VÁZQUEZ, F., *Ética y Deontología de la Información*, Paraninfo, Madrid, 1991.

**Horario de tutorías**

Tutorías Programadas:

- Fechas, horas y grupos por determinar: consultar web de la asignatura para establecer los grupos. Se realizarán 3 sesiones de media hora a lo largo del semestre.

Tutorías de libre acceso:

El horario de tutorías de libre acceso se establecerá para cada semestre dentro de los plazos previstos por la Universidad y podrá ser consultado en la web de la Facultad.

**Recomendaciones**

- Lectura diaria de periódicos.
- Visionado de reportajes en televisión.