

PLAN DOCENTE DE LA ASIGNATURA

Curso académico 2019-2020

Identificación y características de la asignatura			
Código	401807	Créditos ECTS	6
Denominación (español)	Marco jurídico y responsabilidad social de los medios sociales y culturales en la Red		
Denominación (inglés)	Legal Statute and Social Responsibility of social and cultural media on the Internet		
Titulaciones	Máster Universitario en Gestión de la información en redes sociales y de los productos digitales en internet		
Centro	Facultad de Ciencias de la Documentación y la Comunicación		
Semestre	Primero	Carácter	Obligatorio
Módulo	Medios sociales		
Materia	Regulación jurídica y ética en la red		
Profesor/es			
Nombre	Despacho	Correo-e	Página web
Julián Rodríguez Pardo	Decanato 05	julianrp@unex.es	
Margarita Pérez Pulido	40	marperez@unex.es	
Área de conocimiento	Comunicación Audiovisual y Publicidad; Biblioteconomía y Documentación		
Departamento	Información y Comunicación		
Profesor coordinador (si hay más de uno)	Julián Rodríguez Pardo		
Competencias (tipo, código y competencia)*			
<p>COMPETENCIAS BÁSICAS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. CB6 – Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación. 2. CB7 – Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio. 3. CB8 – Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios. 4. CB9 – Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades. 			

* Los apartados relativos a competencias, breve descripción del contenido, actividades formativas, metodologías docentes, resultados de aprendizaje y sistemas de evaluación deben ajustarse a lo recogido en la memoria verificada del título.

5. CB10 – Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

COMPETENCIAS GENERALES

1. CG1 – Conocer, gestionar y hacer un uso responsable de las redes sociales como herramientas de comunicación en línea que permiten a los usuarios crear contenidos usando las tecnologías web.

COMPETENCIAS TRANSVERSALES

1. CT1 – Saber presentar y comunicar públicamente, de manera lógica y ordenada, ideas, problemas y soluciones, tanto de forma oral como escrita.
2. CT2 – Utilizar las tecnologías de la información como herramienta de trabajo intelectual y como elemento esencial para crear productos, informarse, aprender y comunicarse.
3. CT3 – Conocer la terminología especializada para el desarrollo de la actividad profesional relacionada con la creación de productos digitales y las redes sociales.
4. CT4 – Adquirir los conocimientos metodológicos necesarios para afrontar los retos profesionales de una forma ética y rigurosa.
5. CT5 – Aprender y usar habilidades sociales e interpersonales en las relaciones con otras personas para poder trabajar en grupos multidisciplinares e interculturales.
6. CT6 – Garantizar que el trabajo profesional especializado que desempeñe en el entorno de la creación de productos digitales y las redes sociales contemple los principios de igualdad de oportunidades y accesibilidad universal de las personas con discapacidad.

3.3 COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

1. CE5 – Conocer el marco jurídico de la Red, analizando la libertad de expresión, la propiedad intelectual y el acceso a la información en medios digitales.

Temas y contenidos

Breve descripción del contenido*

Libertad de expresión y creación en red. Propiedad intelectual en medios digitales. Acceso a la información. Responsabilidad social en redes sociales.

Temario de la asignatura

Tema 1. Marco ético y jurídico de la producción y difusión de contenidos en Internet

Contenidos del tema 1: Conceptos jurídicos generales. Introducción a la legislación vigente. Conceptos éticos y deontológicos generales. Concepto de Responsabilidad Social de la Organización (RSO).

Tema 2. Fundamentos de la libertad de expresión en Internet y redes sociales.

Contenidos del tema 2: Límites y alcances jurídicos: artículo 20 Constitución Española. Responsabilidades ética y deontológica en el ejercicio de la libertad de expresión. Responsabilidad de los prestadores de servicios de la Sociedad de la Información. Legislación sobre servicios audiovisuales. Comunicaciones comerciales. Acceso a la información. Especificaciones para redes sociales. Autorregulación y contratos con el usuario.

Tema 3. Producción de contenidos y propiedad intelectual

Contenidos del tema 3: Derechos de autor en el entorno virtual: derecho de puesta a disposición del público en Internet. Comisión de Propiedad Intelectual. Licencias de explotación. Inclusión de links en páginas web. Derecho de marcas y aplicación a los nombres de dominio. Arquitectura y gobernanza de Internet. Ética y Deontología de la autoría en el entorno digital.

Tema 4. Los derechos de la personalidad como límite a la libertad de expresión.
 Contenidos del tema 4: Derecho al honor, a la intimidad personal y familiar, y a la propia imagen. Protección jurídica del menor. Protección de datos personales y autodeterminación informativa. Derecho al olvido digital. Ética y Deontología de los derechos de la personalidad.

Actividades formativas*

Horas de trabajo del alumno por tema		Actividades de docencia virtual						Trabajo del alumno
Tema	Total	1	2	3	4	5	6	EP (<i>Estudio Personal</i>)
1	24		3	2	0	4	0	15
2	42	2	4	2	0	9	0	25
3	42	2	4	2	0	9	0	25
4	42	2	4	2	0	9	0	25
Evaluación del conjunto	150 horas	60 horas						90 horas

1. Webquest (búsqueda de recursos en la web)
2. Elaboración de documentos escritos, de trabajos, realización de tareas, resolución de problemas, así como su evaluación.
3. Comunicación síncrona y asíncrona para tutoría individual o grupal (foro de debate, seminario, coordinación de trabajo colaborativo)
4. Diseño, elaboración y evaluación de materiales digitales multimedia en diferentes soportes.
5. Lectura de textos, artículos, capítulos de libros académicos y científicos.
6. Elaboración y presentación pública del trabajo fin de máster.

Metodologías docentes*

- Métodos de enseñanza-aprendizaje colaborativos
- Método expositivo apoyado en materiales digitales interactivos y audiovisuales
- Orientación y tutoría individual y grupal
- Aprendizaje basado en investigación (ABI) aplicado a la profesión en procesos de gestión, producción y difusión.

Resultados de aprendizaje*

Al finalizar el estudio de esta materia el alumno podrá:

- Conocer el marco jurídico de las redes sociales y productos digitales en la Red.
- Analizar la libertad de expresión, la propiedad intelectual y el acceso a la información en medios digitales.
- Aplicar los principios de responsabilidad social en las redes sociales y productos digitales en la Red.

Sistemas de evaluación*

Sistema de evaluación	Tipología de actividades	Ponderación
Evaluación Continua (60%)	Webquest (búsqueda de recursos en la web).	20%
	Elaboración de documento escrito, de trabajos, realización de tareas, resolución de problemas, cuestionarios.	30%
	Comunicación síncrona y asíncrona para tutoría individual o grupal (foro de debate, seminario, coordinación de trabajo colaborativo).	10%
	Diseño, elaboración y evaluación de materiales digitales multimedia en diferentes soportes.	--
	Lectura de textos, artículos, capítulos de libros académicos y científicos.	--
Evaluación Final (40%)	1. Examen escrito: prueba objetiva y/o de desarrollo	40%

Observaciones

La evaluación se realizará a través de pruebas teóricas y realización de trabajos prácticos.

La evaluación consistirá en la superación de un examen de preguntas cortas, acerca de los conocimientos teóricos adquiridos a través de los materiales entregados. Para la valoración final de la prueba se determinará previamente el valor de cada pregunta.

En todo caso el examen deberá aprobarse para superar la asignatura.

En cuanto al sistema de calificación en las actividades prácticas, se atenderá a la participación y el resultado de la resolución de problemas planteados a los alumnos en las actividades prácticas de la asignatura.

La calificación es la suma de la evaluación continua y la evaluación final atendiendo a los siguientes criterios.

- **Examen final:** 40% de la evaluación.
- **Evaluación continua** es la media ponderada de la calificación obtenida en los trabajos y tareas estipuladas en cada asignatura, siendo el total igual al 60% de la evaluación

Se aplicará el sistema de calificaciones vigente en cada momento; actualmente, el que aparece en el RD 1125/2003, artículo 5º. Los resultados obtenidos por el alumno en cada una de las materias del plan de estudios se calificarán en función de la siguiente escala numérica de 0 a 10, con expresión de un decimal, a la que podrá añadirse su correspondiente calificación cualitativa: 0-4,9: Suspenso (SS), 5,0 – 6,9: Aprobado (AP), 7,0 - 8,9: Notable (NT), 9,0 – 10: Sobresaliente (SB). La mención de Matrícula de Honor podrá ser otorgada a alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0. Su número no podrá exceder del 5% de los alumnos matriculados en una asignatura en el correspondiente curso académico, salvo que el número de alumnos matriculados sea inferior a 20, en cuyo caso se podrá conceder una sola matrícula de honor.

**En las convocatorias, habrá una prueba final alternativa de carácter global, de manera que la superación de ésta suponga la superación de la asignatura.*

Bibliografía (básica y complementaria)

BÁSICA

- AGUSTINOY, Albert y MONCLÚS, Jorge, Aspectos legales de las redes sociales, Barcelona, Bosch,2016
- AZURMENDI, A., Derecho de la Comunicación. Guía jurídica para profesionales de los medios, Eunsa, Pamplona,2016
- BARRIO ANDRÉS, M. y OTROS, Fundamentos del derecho de internet, Centros de Estudios Políticos y Constitucionales, 2017
- CORTINA, Adela, Ética de la empresa: claves para una nueva cultura empresarial, 7ª ed., Madrid, Trotta, 2005
- FLORIDI, Luciano, The ethics of information, Oxford, Oxford University Press,2013
- FRANCÉS, Pedro, BORREGO, Ángel, VELAYOS, Carmen. Códigos éticos en los negocios: creación y aplicación en empresas e instituciones. Madrid: Pirámide,2003
- GARRIGES, Asociación Española de Normalización y Certificación, Principios, prácticas y beneficios de la responsabilidad social, Madrid, AENOR,2012
- MALLO MONTOTO, D., La difusión de contenidos sujetos al derecho de autor, Editorial Reus, 2018
- PÉREZ-BES, Francisco, El derecho de Internet, Barcelona, Atelier Libros,2016
- PÉREZ PULIDO, Margarita. Ethics Management in Libraries and other Information Services, Oxford, Elsevier, Chandos Publishing, 2017
- PUERTO, Alejandro, Introducción al Derecho de Internet: régimen jurídico básico de los contenidos digitales, Madrid, Centro de Estudios Financieros,2015
- NAVARRO GARCÍA, Fernando. Responsabilidad Social Corporativa: teoría y práctica. 2ª ed. Madrid: ESIC, 2012.
- SANJURJO REBOLLO, Beatriz, Manual de Internet y Redes Sociales, Dykinson, Madrid,2014
- VALLOTTON PREISIG, Amélie, RÖSCH, Hermann, STÜCKELBERGER, Christoph (eds.), Ethical dilemmas in the Information Society. How codes of ethics help to find Ethical Solutions,2014
-

COMPLEMENTARIA

- ÁLVAREZ, María, El derecho al olvido en Internet: el nuevo paradigma de la privacidad en la era digital, Madrid, Reus,2015
- APARICIO, Juan, En torno a la privacidad y protección de datos en la Sociedad de la Información, Granada, Comares,2016
- CAVANILLAS, Santiago y OTROS, Responsabilidades de los proveedores de información en Internet, Granada, Comares,2007
- CORTINA, Adela (ed.), Construir confianza: ética de la empresa en la sociedad de la información y las comunicaciones, Madrid, Trotta,2003
- CORTINA, Adela, ¿Para qué sirve realmente la ética?, 5ª reimp., Barcelona, Paidós, 2015
- DE MIGUEL, Pedro A., Derecho privado de Internet, Pamplona, Aranzadi,2013
- DE NOVA, José Alberto, Delitos contra la propiedad intelectual en el ámbito de Internet, Madrid, Dykinson,2010
- LEDESMA, Jorge, Piratería digital en la propiedad intelectual, Barcelona, Bosch, 2011.
- MORALES, Fermín y MORALES, Óscar, Contenidos ilícitos y responsabilidad de los prestadores de servicios en Internet, Cizur Menor, Aranzadi, 2002.
- OROZCO, Margarita, Propiedad Intelectual y Nuevas Tecnologías: problemas prácticos y teóricos, Madrid, Civitas, 2015.
- ROIG, Antoni, Derechos fundamentales y TICs, Barcelona, Bosch,2010
- SIMÓN, Pere, El régimen constitucional del derecho al olvido digital, Valencia, Tirant lo Blanch,2012
- TASCÓN LÓPEZ, Rodrigo, Aspectos jurídico-laborales de la Responsabilidad Social Corporativa, Madrid, Centro de Estudios Financieros,2008

Otros recursos y materiales docentes complementarios

A lo largo de la asignatura se proporcionará puntualmente al alumno otros recursos y materiales docentes relacionados con los contenidos del tema de estudio.