

Asignatura

Nombre Asignatura	Ética y Deontología Profesional
Código	100000119
Créditos ECTS	6.0

Plan/es donde se imparte

Titulación	Grado en Comunicación Audiovisual
Carácter	BÁSICA
Curso	1

Profesores

Nombre	Luis Maria Cruz Ortiz de Landazuri
Nombre	Teresa Calvo del Valle

Datos Generales

» OBJETIVOS TEÓRICOS

1. Conocer y comprender la base filosófica de las principales corrientes éticas. Aprender a argumentar el sentido de los principios éticos profesionales.
2. Distinguir el ámbito ético, deontológico y jurídico y las implicaciones que tiene esta distinción. Conocer la autorregulación de los medios y la responsabilidad social corporativa como desarrollos prácticos de la deontología profesional del audiovisual.
3. Facilitar la formación de los hábitos intelectuales y prácticos que posibilitan juzgar y actuar de modo equilibrado y consecuente. Entender el comportamiento ético como un estándar de profesionalidad.

» OBJETIVOS PRÁCTICOS

1. Aprender a tomar decisiones profesionales razonadas, en las que incorporen la reflexión ética como un elemento a tener en cuenta.
2. Desarrollar la responsabilidad social y la prudencia, para aplicar los principios éticos profesionales a casos concretos.
3. Ser capaces de analizar y resolver creativamente problemas complejos en situaciones reales.

» COMPETENCIAS QUE SE DESARROLLAN

La relación de competencias generales, transversales y específicas adquiridas por los estudiantes, deben estar orientadas a la preparación para el ejercicio de actividades de carácter profesional.

La competencia más destacada para esta asignatura es la CT6.

***Generales:**

En esta materia se ven implicados distintos conocimientos que se aportan en otras materias, para trabajar la dimensión ética y la responsabilidad social subyacente a cada uno de ellos. Como son el lenguaje cinematográfico, audiovisual y multimedia; discurso audiovisual; gestión de empresas, mercado y equipos humanos; creación y difusión del diseño gráfico y otros productos multimedia e hipermedia; contenidos de los nuevos soportes comunicativos.

CG1. Conocimientos para comprender los cambios y la evolución histórica de la imagen y de la

cultura audiovisual, así como los distintos modelos del lenguaje cinematográfico, audiovisual y multimedia.

CG2. Conocimientos para analizar el discurso audiovisual, atendiendo a los parámetros básicos del análisis y los modelos teóricos existentes.

CG3. Conocimientos para identificar y desarrollar los procesos y técnicas implicadas en la dirección y gestión de empresas audiovisuales y ver las oportunidades del mercado: producción, distribución y exhibición. En esta competencia se incluye la gestión y organización de los equipos humanos y recursos técnicos para la producción audiovisual en cualquiera de los soportes sonoros y visuales existentes.

CG5. Conocimientos para aplicar técnicas y procesos de creación y difusión en el campo del diseño gráfico y de los productos multimedia e hipermedia en sus diversas fases, desde una perspectiva teórica y práctica.

CG6. Conocimientos para comprender los nuevos soportes comunicativos, además de producir, crear, distribuir y analizar contenidos específicos de los mismos.

*** Específicas:**

Las distintas competencias específicas aquí recogidas se trabajan siempre desde el punto de vista de la dimensión ética como un elemento más a tener en cuenta en la toma de decisiones profesionales

CE3. También comprende: el conocimiento y la investigación de la naturaleza e interrelaciones entre los sujetos de la comunicación audiovisual: instituciones, empresas, medios, soportes, autores-creadores y receptores; el conocimiento del funcionamiento de los mercados audiovisuales, nacionales e internacionales, el saber sobre las políticas públicas y estrategias económicas del sistema de la comunicación audiovisual.

CE15. Conocimientos para el análisis de los mercados audiovisuales, sus estructuras, evolución y escenarios de futuro, así como el diseño de políticas públicas y estrategias empresariales.

CE21. Conocimientos para llevar a cabo el análisis de las estructuras, contenidos y estilos de la programación televisiva y radiofónica así como las distintas variables influyentes en su configuración y procesos comunicativos espectaculares por ellos generados. Así como de otros productos comunicativos como la fotografía, el diseño gráfico, los contenidos multimedia e hipermedia, u otros productos novedosos por su soporte.

*** Transversales:**

CT2. Conocimiento de los mecanismos psicológicos y sociales que explican el origen, desarrollo y cambio de la comunicación audiovisual.

CT4. Conocimientos para aplicar técnicas de evaluación de los resultados de la programación audiovisual y sus efectos sociales y económicos.

CT6. Conocimiento del ordenamiento jurídico, de la ética y deontología que regulan la producción audiovisual que incluye los derechos fundamentales implicados en la comunicación audiovisual y la libertad de comunicación. En concreto sobre la normativa audiovisual, derechos de autor, jurisprudencia y doctrina jurídica audiovisual.

1. Marco conceptual y teórico

- Algunas posturas filosóficas en torno a la ética
- Responsabilidad moral

2. Ética en la comunicación audiovisual: ley, conciencia, autorregulación

2.1 Ley

- Derechos humanos
- Libertad de expresión
- Derecho a la información

2.2 Conciencia

- Ética como parte esencial del concepto de profesionalidad y buen hacer del comunicador.
- Motivaciones y principios para la ética en los medios de comunicación

3. Autorregulación de los medios

3.1 Autorregulación profesional mediante códigos éticos

- Medios para mejorar la respuesta ética de los medios de comunicación
- Calidad de la información y profesionalidad
- Actividad de las corporaciones profesionales
- Marco empresarial
- Marco legal
- Intervención social

3.2 Responsabilidad social corporativa

4. Algunos dilemas éticos de la comunicación audiovisual

- Rumores y difamación: interés público vs curiosidad
- Juicios paralelos
- Verdad y rectificación
- Concentración de los medios
- Secreto profesional
- Propiedad intelectual. Plagio
- ¿Neutralidad de los medios?
- ¿Influye en la conducta? Efecto socializador y legitimador
- Protección al menor: Violencia y sexo
- Re-frame
- Tele-basura

➤ **CRITERIOS Y METODOS DE EVALUACIÓN**

Convocatoria ordinaria

Desglose sistema evaluación (por porcentaje):

- Asistencia y participación en las actividades presenciales del alumno: 30%
- Trabajos de la asignatura: 30%
- Pruebas y exámenes: 40%

* Es necesario aprobar todas las partes para superar la asignatura.

Convocatorias extraordinarias

En las convocatorias extraordinarias, la evaluación se realizará a partir de una prueba de conocimientos sobre toda la materia impartida en el curso. Para poder realizar la prueba escrita, es necesario entregar los trabajos que el alumno/a no haya aprobado o que no haya entregado.

ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDADES	HORAS
Clase magistral	8,5
Clase práctica	8,5
Trabajos	4
Tutorías	4

➤ **BIBLIOGRAFIA Y RECURSOS BÁSICOS**

BIBLIOGRAFÍA RECOMENDADA

AZNAR, Hugo. Comunicación responsable. Deontología y autorregulación de los medios. Ariel. Barcelona, 1999

BETTETINI, Gianfranco y FUMAGALLI, Armando. Lo que queda de los medios. Ideas para una ética de la comunicación. Pamplona, 2001

CODINA, Mónica. De la ética desprotegida. Ensayos sobre deontología de la comunicación. EUNSA.

Pamplona, 2001

FERNÁNDEZ AGUADO, Javier. Ética a Nicómaco de Aristóteles. LID Editorial empresarial. Madrid, 2009

URPI, Carmen. La virtualidad educativa del cine: a partir de la teoría fílmica de Jean Mitry (1904-1988). EUNSA. Pamplona, 2000

VVAA. Información, Libertad y Derechos Humanos. La enseñanza de la Ética y el Derecho de la Información. Actas del 2º congreso internacional de ética y derecho a la información. Fundación COSO de la Comunidad Valenciana para el Desarrollo de la Comunicación y la Sociedad. Valencia, 2003

RECURSOS ON-LINE

atrmadrid.com/ Asociación de usuarios de medios

www.auc.es Asociación de Usuarios de la Comunicación. Incluye informes sobre Internet, menores, televisión y medios, etc. Además de las diferentes actuaciones y demandas cursadas por la asociación

dialnet.unirioja.es/congreso/2418 - Actas de los congresos internacionales de ética y derecho a la información de la fundación COSO

www.ymedia.es/es/mapa-de-medios Concentración y estructura de los medios de comunicación en España

www.saladeprensa.org/ Una web para los profesionales de la comunicación iberoamericanos. Artículos, reseñas, noticias

- Páginas de algunas asociaciones profesionales de la prensa a España.

Cantabria: <http://www.aprensa-cantabria.org/>

Sevilla: <http://www.asociacionprensa.org/>

Madrid: <http://www.apmadrid.es/>

- Algunos códigos deontológicos del audiovisual.

Código de las buenas prácticas del actor: <https://www.fundacionfirstteam.org/wp/wp-content/uploads/2015/03/RESUMEN-EJECUTIVO-CBPAA-18MAYO-2016.pdf>

Código de las buenas prácticas del audiovisual: <https://www.asociacionappa.es/la-directora-del-icaa-valorara-en-positivo-las-producciones-que-cumplan-el-codigo-de-buenas-practicas-del-audiovisual/>

Código deontológico de APPA (Asociación de Profesionales de la Producción Audiovisual):

<https://www.asociacionappa.es/wp-content/uploads/2018/04/CODIGO-DEONTOLOGICO-APPA.pdf>

Código ético EGEDA (Sociedad de Servicios para los Productores Audiovisuales)

https://www.egeda.es/EGEDA_CodigoEtico.aspx

Códigos de conducta publicitaria: <https://www.autocontrol.es/codigos-de-conducta/>