

## ÉTICA Y DEONTOLOGÍA PROFESIONAL (COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL)

**Carácter:** Formación Básica

**Créditos ECTS:** 6

Presenciales:

Teóricos: 1,5 crd

Prácticos: 1,5 crd.

Otras actividades:

Tutorías: 0,5 crd.

Asistencia y participación en actividades académicas extralectivas: 0,5 crd.

No presenciales:

Lecturas tuteladas: 1 crd.

Trabajo del alumno: 1 crd.

**CURSO: 1 SEMESTRE: 1 ó 2 (grupos repartidos)**

**Días:** Lunes y martes **Horas:** 9-11 y 11-13 / 16-18 y 18-20

**PROFESOR/ES:**

Dra. Soledad Martínez Chillón. Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad II. Facultad de Ciencias de la Información. Teléfono: 913942235

Dra. María del Mar López Talavera ([mmlopezt@ccinf.ucm.es](mailto:mmlopezt@ccinf.ucm.es)). Departamento de Periodismo III. Facultad de Ciencias de la Información. Teléfono: 913942236

### DATOS ESPECIFICOS DE LA ASIGNATURA

**Breve descriptor:** Estudio de los contenidos éticos y códigos de conducta de los profesionales de la comunicación audiovisual.

**Requisitos:** Ninguno

**Objetivos:**

- Entender vitalmente qué es y qué significa la Ética y la Deontología profesional.
- Conocer los conceptos, características y teorías principales de la Ética filosófica.
- Aumentar, a través del conocimiento de la ética, la conciencia de la responsabilidad de los medios de comunicación en la sociedad.
- Conocer los principios éticos y las normas deontológicas de la Comunicación Audiovisual, que permitan al alumno construirse una conciencia profesional adecuadamente formada, en la reflexión, entendimiento y resolución de los conflictos éticos que plantea el ejercicio de su actividad informativa-comunicativa.
- Conocer los diferentes mecanismos e instrumentos de autorregulación informativa existentes a su alcance.

- Comprender e interiorizar la estrecha relación que existe entre calidad profesional y ética.
- Detectar los principales problemas éticos que genera la práctica de la comunicación audiovisual.
- Adquirir y aplicar los criterios intelectuales para resolver los conflictos éticos que plantea el ejercicio de la Comunicación Audiovisual.

### **Competencias:**

#### *Generales*

- Conocimientos para analizar el discurso audiovisual, atendiendo a los parámetros básicos del análisis y los modelos teóricos existentes.
- Conocimientos para comprender los nuevos soportes comunicativos, además de producir, crear, distribuir y analizar contenidos específicos de los mismos.

#### *Específicas*

- 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.

### **Contenidos temáticos**

1. **Marco teórico. Aspectos preliminares.** Análisis de cuestiones fundamentales y corrientes morales básicas de la Ética general.
2. **La importancia de la Ética en la cultura y la comunicación audiovisual.** Reflexión moral sobre el papel de los medios de comunicación en la sociedad además de considerar la manera en la que nos es presentada la comunicación y, por ende, la cultura que generan.
3. **Deontología y organismos de autorregulación.** Estudio de la finalidad y características de los diversos mecanismos y sistemas de autorregulación para lograr un desempeño responsable de estas actividades comunicativas.
4. **Los conflictos éticos de la comunicación audiovisual.** Diversos aspectos éticos y deontológicos implicados en el desarrollo de la comunicación audiovisual, mediante el análisis de códigos y normas de conducta, así como su correspondiente aplicación práctica, diferenciando entre medios audiovisuales (Radio, Televisión, Cine e Internet) y formas comunicativas (Información, Ficción y Entretenimiento).

### **Metodología y distribución de actividades docentes:** %respecto del total de créditos

<b>Clases magistrales</b>	<b>25%</b>
<b>Clases prácticas</b>	<b>25%</b>
<b>Otras actividades</b>	<b>5%</b>
<b>Tutorías</b>	<b>5%</b>

## **Trabajo autónomo (actividades no presenciales) 40%**

TOTAL: 100%

### **Evaluación**

65% Exámenes, actividad presencial y pruebas.

30% Prácticas del alumno.

5% Actividades extralectivas.

### **BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:**

AGEJAS, José Ángel; SERRANO, Francisco J., *Ética de la Comunicación y de la Información*. Barcelona: Ariel Comunicación, 2002.

AZNAR, Hugo, *Ética de la Comunicación y nuevos retos sociales (códigos y recomendaciones para los medios)*. Barcelona: Paidós, 2005.

AZNAR, Hugo, *Comunicación responsable: la autorregulación de los medios*. Barcelona: Ariel Comunicación, 2005.

BARROSO ASENJO, Porfirio; LÓPEZ TALAVERA, M<sup>a</sup> del Mar, *La libertad de expresión y sus limitaciones constitucionales*. Madrid: Fragua, 1998.

CATELA, Isidro, *Ética de la televisión: consejos de sabios para la caja tonta*. Bilbao: Desclée de Brouwer, 2005.

CODINA, Mónica, *Apuntes para una deontología de la comunicación*. Pamplona: Eunsa, 2008.

CODINA, Mónica, *De la ética desprotegida. Ensayos sobre deontología de la comunicación*. Pamplona: Eunsa, 2001.

CONILL, J.; GONZÁLVEZ, V., (coords.), *Ética de los medios: una apuesta por la ciudadanía audiovisual*. Barcelona: Gedisa, 2004.

GARCÍA CASTILLEJO, A., *Autorregulación y deontología de la profesión periodística*. Madrid: Ediciones GPS, 2008.

IMBERT, G., *El zoo visual. De la televisión espectacular a la televisión especular*. Barcelona: Gedisa, 2003.

LÓPEZ TALAVERA, M<sup>a</sup> del Mar; LÓPEZ CAMBRONERO, Marcelo, "Información sobre la intimidad, el dolor y la violencia: una respuesta ética". En: GALDÓN LÓPEZ, Gabriel, (coord.), *Introducción a la comunicación y a la información*. Barcelona: Ariel Comunicación, 2001, pp. 175-193.

MUÑOZ, J.J., *De Casablanca a Solas. La creatividad ética en cine y televisión*. Madrid: Eunsa, 2005.

PRATS, E., (coord.), *Ética de la Información*. Barcelona: UOC, 2004.

RUIZ, C., *Ética de la audiencia: reflexión ética sobre el principio jurídico de la libertad de información*. Bilbao: Grafite, 2003.

SUÁREZ VILLEGAS, J.C., *Los límites éticos del espectáculo televisivo*. Sevilla: MAD, 2006.