

DATOS GENERALES DE LA ASIGNATURA

ASIGNATURA: Ética y Deontología de la Comunicación

PLAN DE ESTUDIOS: Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

GRUPO: 2223-T1

CENTRO: Facultad de Ciencias Sociales

CARÁCTER DE LA ASIGNATURA: Obligatorio

ECTS: 6,0

CURSO: 2º

SEMESTRE: 2º Semestre

IDIOMA EN QUE SE IMPARTE:

Castellano, excepto las asignaturas de idiomas que se impartirán en el idioma correspondiente

HORARIOS :

Día	Hora inicio	Hora fin
Jueves	18:00	20:00
Viernes	16:00	18:00

EXÁMENES ASIGNATURA:

Día	Hora inicio	Hora fin	Aula
16 de junio de 2023	16:00	18:30	Aula 2107
07 de julio de 2023	16:00	18:30	Aula 2105

DATOS DEL PROFESOR

NOMBRE Y APELLIDOS: EDUARDO GUTIÉRREZ GUTIÉRREZ

EMAIL: egutierrezg@uemc.es

TELÉFONO: 983 00 10 00

HORARIO DE TUTORÍAS: Miércoles a las 11:00 horas

CV DOCENTE:

Profesor invitado de Didáctica de la Filosofía en la Universidad de Salamanca (2020)

Prácticas en el IES Delicias (2021)

Profesor asociado de Filosofía en la Universidad de Valladolid (2021-22)

Profesor asociado de Ciencias Sociales en la Universidad Europea Miguel de Cervantes (2021-22)

CV PROFESIONAL:

Doctor en Filosofía por las Universidades de Valladolid y Salamanca (2019)

Máster en Profesorado de Educación Secundaria por la Universidad de Valladolid (2020-21)

Investigador en el GIR «Historia y Ontología del presente», Universidad Complutense de Madrid

Prácticas en el IES Delicias (2020-21)

Profesor asociado de Filosofía en la Universidad de Valladolid (2021-22)

Profesor asociado de Ciencias Sociales en la Universidad Europea Miguel de Cervantes (2021-22)

Concejal sin delegación en el Ayuntamiento de Medina de Rioseco especializado en temas culturales y artísticos (2019-2023)

CV INVESTIGACIÓN:

Congresos, comunicaciones, Jornadas:

Conferencia sobre la II República Española: «El papel de los intelectuales en la formación de la II República». 14 de abril de 2014, Salón de Actos del Ayuntamiento de Medina de Rioseco.

Ponencia en el Congreso Internacional de Filosofía «Posibilidad y necesidad de la Fenomenología: Entre Husserl y Heidegger» con el texto: «Ortega y Gasset como fenomenólogo: El raciovitalismo como una fenomenología de la vida para la crisis del mundo contemporáneo». 13, 14 y 15 de diciembre de 2017, Universidad de Sevilla.

Seminario extraordinario sobre la Filosofía de Georg Simmel. 20 de diciembre de 2017, Universidad de Valladolid.

Seminario extraordinario sobre la filosofía de José Ortega y Gasset en el marco de las I Jornadas sobre Filosofía Española «José Ortega y Gasset, el filósofo de la vida en la plazuela pública». 18 de junio de 2018, Casino de Recreo de Medina de Rioseco.

Ponencia en el XIII Congreso Sociedad Hispana de Antropología Filosófica con el texto «La "Razón vital", corolario de la relación entre Ortega y Alemania». 26-28 de septiembre de 2018, Universidad de Valladolid.

Seminario extraordinario sobre Antropología Filosófica: «La ciencia del otro como una filosofía primera». 20 de diciembre de 2018, Universidad de Valladolid.

Ponencia en el II Encuentro de jóvenes investigadores sobre Ortega y Gasset con el texto: «Simmel y Ortega: En torno a una idea doble de filosofía como ejercicio de recepción y crítica». 18 y 19 de junio de 2019, Fundación Ortega y Gasset - Gregorio Maraón (Madrid).

Ponencia en las IV Jornadas UR-SOFIRA «Para qué filosofía. ¿Por qué es necesaria la filosofía hoy?» organizadas por la Universidad de La Rioja los días 11, 12 y 13 de mayo de 2021. Ponencia titulada «Consideraciones sobre el valor educativo de la "filosofía académica" como "filosofía políticamente implantada"».

Comunicación en el IV Congreso Internacional de Innovación Educativa en Filosofía organizado por la Universidad Complutense de Madrid los días 21, 22 y 23 de junio de 2022. Comunicación titulada: «Filosofía y Escolástica: hacia una enseñanza dialéctica».

Publicaciones:

Libros:

(2016), Georg Simmel. Un sociólogo moderno y un sociólogo de la modernidad, Ápeiron Ediciones.

Capítulos de libro:

(2019), «La "Razón vital", corolario de la relación entre Ortega y Alemania», en Martínez Ortega, A., Frontela Asensio, P. y Chillón Lorenzo, J.M. (coord.), Hombre y logos: Antropología y comunicación (252-538), Fragua Universidad.

(2020), «Patria y Nación. Ensayo sobre un embrollo filosófico-político», en Millones de patrias (45-152), Páramo Editorial.

(2021), «La decadencia de la cultura occidental: una visión sobre la etapa "agonista" de la cultura», en Las cadenas que amamos (421-457), Páramo Editorial.

Artículos en revistas de Filosofía:

«La crisis de las ciencias y la tarea de la filosofía», Eikasía, 2017, 76, 297-322.

«El barbarismo de las masas visto desde la perspectiva de tres 'pensadores de lo social': Gustave Le Bon, Georg Simmel y José Ortega y Gasset», Ágora, 2017, 36, 101-132.

- «Georg Simmel: Una antropología filosófica», Contrastes, 2018, 23, 7-23.
- «Filosofía y física: Una historia paralela. La erosión del kantismo en la física de Albert Einstein», Thémata, 2018, 57, 245-268.
- «Nota crítica a Sobre el punto de vista en las artes de José Ortega y Gasset», Cuadernos de Filosofía, 2018, 36, 63-74.
- «Simmel y Ortega: En torno a la idea de filosofía como ejercicio de recepción y crítica», Revista de Estudios Orteguianos, 2019, 39, 262-264.
- «Joaquín Carreras Artau y la Historia de la filosofía española. Un comentario crítico», El Basilisco, 2020, 54, 4-11.
- «La sociología subversiva de Simmel y Ortega: un diálogo con la tradición», Revista de Estudios Orteguianos, 2020, 40, 177-185.
- «Sobre el origen material de las ideas: un comentario crítico a la concepción idealista de la filosofía», El Basilisco, 2020, 55, 34-48.
- «Georg Simmel: una teoría crítica de la cultura», Revista Laguna, 2021, 47, 63-89.
- «La estética de Georg Simmel en el joven Ortega», Revista de Anales del Seminario de Historia de la Filosofía, 2021, 38, pp. 91-102.
- «Escolástica e Historia de la Filosofía. Una propuesta didáctica para 2º de Bachillerato», Paideia, 2021, 116, 152-170.
- «¿Quién y cómo es el filósofo? La figura del filósofo en el materialismo filosófico», El Catoblepas, 2021, 195, 9.
- «La “tragedia de la cultura moderna” de Georg Simmel como crítica a las sociedades modernas», Contrastes, 2021, 26, 101-120.
- «Ideas para una Historia materialista de la Filosofía I», El Catoblepas, 197, 2021.
- «Ideas para una Historia materialista de la Filosofía II», El Catoblepas, 198, 2022.

Otros:

(2016) Vértigo, La Sobra de Caín. Libro de poesía.

«Coronavirus y Filosofía; ¿una relación forzosa?», en Indómita Magazine, revista digital de filosofía. Universidad de Salamanca. Abril de 2020.

DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

DESCRIPTOR DE LA ASIGNATURA:

Gracias a esta asignatura, el alumno o la alumna podrá aprender a razonar acerca de los principales dilemas y modos de pensamiento éticos y deontológicos relacionados con su futura actividad profesional como publicista. Podrá llegar a conocer asimismo el modo en que se pueden articular estas cuestiones éticas en una sociedad pluralista como la nuestra.

La Ética trata de aportar al alumno la capacidad de cuestionarse a sí mismo y a los demás en el ejercicio de su profesión. El resto de las asignaturas de Grado tratan de formar al alumno o alumna para hacer cosas; la Ética trata de formarlo para preguntarse si esas cosas que hace son correctas o incorrectas, virtuosas o no, buenas o todo lo contrario. Impele al alumnado, en definitiva, al desarrollo de la conciencia moral, del razonamiento moral y no puramente racional-instrumental.

En los últimos tiempos se ha ido extendiendo en todas las profesiones la conciencia de que un conocimiento de las reglas éticas de su oficio resultaba crucial a la hora de rendir el servicio a la sociedad que de ellas se espera, además de contribuir a la realización personal de los profesionales implicados. La Publicidad, por supuesto, no se

ha quedado atrás en este empeño. Una buena formación en Ética y Deontología profesional es además uno de los rasgos distintivos con los que puede salir el graduado en Publicidad y Relaciones Públicas de la Universidad, por contraposición al resto de la actividad en este campo ejercida por personas sin tal bagaje académico, actividad que por desgracia adolece a menudo de señeras carencias a este respecto.

No sólo se van a estudiar temas y problemas relacionados con la práctica profesional de la Publicidad y la Comunicación. Puesto que una asignatura de Ética, como se ha señalado, tiene el objetivo subsidiario de formar la conciencia moral de la ciudadanía, será necesario que los alumnos y alumnas estudien, y sobre todo discutan entre sí, en torno a algunos de los problemas más acuciantes de la Ética aplicada, como el cambio climático, la eutanasia, el aborto o la hiper-población de nuestro planeta, sin descuidar tampoco los problemas de carácter más estrictamente político (guerra, terrorismos, nacionalismos, etc.).

Es importante destacar la naturaleza interdisciplinar de esta asignatura, que si bien pertenece al ámbito de la Filosofía o de la Filosofía moral se abordan temas, y sobre todo problemas, relacionados con otras disciplinas como: Derecho, Ciencias Políticas, Sociología, Antropología, Historia y Psicología.

No es imprescindible ningún conocimiento previo para esta asignatura, aparte de un marcado interés por el debate y la argumentación en torno a las cuestiones más palpitantes de nuestro presente en marcha desde una perspectiva Ética y deontológica. También sería de gran provecho que el alumno repasase ciertos conocimientos básicos sobre Filosofía (y, más concretamente, sobre Ética), Educación para la Ciudadanía y Filosofía y Ciudadanía, propios de la enseñanza secundaria, si bien estos no son indispensables y, en caso de carecer absolutamente de ellos y de estar interesado al respecto, varios libros sugeridos en el apartado "Bibliografía recomendada" pueden coadyuvar a subsanar tal carencia (es recomendable hablar al respecto con el profesor).

CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA:

1. **Introducción a la ética** : Bloque introductorio
 1. ¿Para qué sirve la Ética?
2. **Dilemas éticos**
 1. Resolución de dilemas éticos en entornos de práctica profesional
3. **Ética aplicada** : En el análisis de estos problemas se tendrá especialmente en cuenta su vinculación con los fenómenos publicitario y comunicativo
 1. Estudio de problemas de ética aplicada
4. **Deontología de la Publicidad**
 1. Autocontrol y el Código Consolidado para la Práctica Publicitaria
5. **Ética de la Publicidad y la Comunicación**
 1. ¿Qué es una Publicidad ética?

OBSERVACIONES CONTENIDO DE LA ASIGNATURA:

Además, hay prevista una actividad extraordinaria en colaboración con la profesora de Relaciones Internacionales, consistente en un debate sobre la existencia o posibilidad de una Ética en la Política internacional.

RECURSOS DE APRENDIZAJE:

Presentaciones en Genially, noticias, artículos. El profesor no adjuntará resúmenes, guiones ni apuntes. Asimismo, hace constar que las presentaciones son meramente indicativas, y en absoluto servirán como único soporte de preparación de los contenidos de evaluación de la asignatura.

COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE A ADQUIRIR POR EL ALUMNO

COMPETENCIAS GENERALES:

- CG01. Capacidad de análisis, síntesis y juicio crítico
- CG02. Capacidad para trabajar en equipo
- CG03. Capacidad de liderazgo, iniciativa y espíritu emprendedor
- CG04. Capacidad para resolver problemas y tomar decisiones

- CG06. Capacidad para adaptarse al entorno y a nuevas situaciones
- CG07. Capacidad para conocer las culturas y costumbres de otros países, para apreciar la diversidad y multiculturalidad y respetar los derechos humanos universales
- CG08. Capacidad para ejercer con responsabilidad, autonomía, independencia y compromiso ético en la práctica profesional

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- CE09. Conocer el significado y relevancia de la normativa en materia de igualdad, en especial la relativa a la igualdad de género e integración de personas con discapacidad
- CE13. Capacidad para conocer y aplicar la ética y deontología profesional en el ámbito de la comunicación
- CE15. Capacidad para conocer los principales debates y acontecimientos mediáticos derivados de la coyuntura actual y de cómo se gestan y difunden según las estrategias comunicativas y los intereses sociales, políticos, económicos y culturales
- CE16. Capacidad para el análisis crítico de la influencia de los medios de comunicación en la sociedad
- CE17. Capacidad para conocer los fundamentos psicosociales que integran el ámbito de la comunicación

RESULTADOS DE APRENDIZAJE:

El alumno será capaz de:

- Enfrentarse a dilemas éticos propios del mundo de la comunicación con un criterio propio.
- Percibir y argumentar las diferentes perspectivas implicadas en tales problemas.
- Identificar y criticar los elementos éticos implicados en el seno de los discursos de los medios de comunicación.

BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS DE REFERENCIA GENERALES

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:

- Victoria Camps (2017): Breve historia de la ética. RBA. ISBN: 9788490567890
- Victoria Camps (2006): Historia de la ética (tres volúmenes). Crítica. ISBN: X47f2Vl850
- Enrique Bonete Perales (2011): Neuroética práctica. Desclee de Brouwer. ISBN: 978-84-330-2464-0
- Augusto Hortal (2002): Ética general de las profesiones. Desclee de Brouwer. ISBN: 9788433017185
- Clayton M. Christensen (2020): El dilema de los innovadores. Granica. ISBN: 9506412936
- Mario Burgui y Emilio Chuvieco (2017): Dimensiones éticas de los dilemas ambientales. Eiunsa. ISBN: 8484693945
- José María Aguirre Oraa (2021): ¡Qué haríamos sin ética!. Anthropos. ISBN: 978-84-17556-49-5
- Mar Cabezas (2016): Dilemas morales: entre la espada y la pared. Tecnos. ISBN: 9788430968725
- Leticia Cabrera Caro y José Justo Megías Quirós (2014): Ética y Derecho en la publicidad. Comares. ISBN: 9788490451182
- Marta Martín Llaguno (2008): En torno a la Deontología de la comunicación comercial: Reflexiones sobre la Ética profesional en el ámbito de la Publicidad y de las RR.PP. Universidad de Alicante. ISBN: 978-84-612-2203-2
- Guy Durandin (1983): La mentira en la propaganda política y en la publicidad. Paidós. ISBN: 9788475092492
- María Javiera Aguirre Romero (2016): Ética de los medios de comunicación. Herder. ISBN: 9788425438011
- José Manuel Chillón (2007): Periodismo y objetividad. Biblioteca Nueva. ISBN: 9788497426459
- Pedro Baños (2020): El dominio mental. Ariel. ISBN: 8432715131311
- Guy Durandin (1983): La mentira en la propaganda política y en la publicidad. Paidós. ISBN: 9788475092492
- Diego Gracia (2019): Bioética mínima. Triascastela. ISBN: 978-84-95840-96-7
- Diego Gracia (2017): Fundamentos de bioética. Triascastela. ISBN: 978-84-16701-61-2

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA:

- Adela Cortina (2009): Las fronteras de la persona. Santillana. ISBN: 978-84-306-0765-5
- Ettiene Perrot (2000): Ética profesional. Mensajero. ISBN: 84-271-2358-2
- Enric Prats, María Rosa Buxarrais y Amèlia Tey (2003): Ética de la información. UOC. ISBN: 84-9788-126-5

- Adela Cortina y Emilio Martínez Navarro (1996): Ética. Akal. ISBN: 84-460-0674-X
- Begoña Gómez Nieto (2017): Fundamentos de publicidad. ESIC. ISBN: 978-84-16701-61-2
- Belén López Vázquez (2007): Publicidad emocional. ESIC. ISBN: 978-84-7356-488-5
- Juan Maciá Mercadé (2002): Comunicación persuasiva para la sociedad de la información. Universitas. ISBN: 84-7991-136-0

WEBS DE REFERENCIA:

Web / Descripción

[Web de la UEMC](http://www.uemc.es) (<http://www.uemc.es>)

Web de la UEMC

[Sitio web del profesor](https://anastasiseduardo.wixsite.com/anastasisdidactica) (<https://anastasiseduardo.wixsite.com/anastasisdidactica>)

Sitio web del profesor

[Autocontrol](https://www.autocontrol.es/) (<https://www.autocontrol.es/>)

Web de Autocontrol

OTRAS FUENTES DE REFERENCIA:

Película *El verdugo* de Luis García Berlanga, 1963.

PLANIFICACIÓN DEL PROCESO DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE DE LA ASIGNATURA

METODOLOGÍAS:

MÉTODO DIDÁCTICO:

Se aplicará el método didáctico de la lección magistral para la exposición de los contenidos teóricos de la asignatura. A efecto de ofrecer un soporte visual que garantice el mejor seguimiento de las lecciones para los alumnos y alumnas, se recurrirá a la herramienta Genially para introducir imágenes, esquemas, tablas de clasificación, textos y videos.

El método de la lección magistral se empleará combinado con el método dialéctico, de modo que no ha de entenderse como una lección magistral *sensu stricto* sino, a lo sumo, como lección magistral interactiva.

MÉTODO DIALÉCTICO:

Resulta imprescindible para la impartición de una asignatura de carácter filosófico en un grado como el de Publicidad y Relaciones Públicas, que los alumnos y alumnas participen activamente en el transcurso de las sesiones. Más si cabe que aprendan a debatir, a argumentar, a configurar sus propias ideas y discursos y, fundamentalmente, a discernir críticamente las diversas alternativas o tomas de partido desde las cuales abordar cuestiones de carácter ético.

En las sesiones de seminario serán los alumnos quienes expongan sus ideas y opiniones sobre los textos seleccionados. Además, en la prueba de evaluación práctica serán ellos y ellas mismos quien expongan a sus compañeros y compañeras los resultados de sus investigaciones sobre los textos seleccionados.

En definitiva, los debates, seminarios y exposiciones tendrán mayor peso en el total de la asignatura que la lección magistral.

MÉTODO HEURÍSTICO:

El método heurístico se aplicará en la totalidad de los temas, en cada uno de los cuales hay fijadas una serie de pruebas prácticas para la evaluación de la capacidad de los alumnos y las alumnas para la resolución de problemas.

CONSIDERACIONES DE LA PLANIFICACIÓN:

El profesor informará convenientemente a los alumnos de las nuevas modificaciones puntuales. El horario de las tutorías, que se realizarán vía Microsoft Teams, quedará fijado por el profesor teniendo en cuenta el horario del grupo (con un plazo suficiente, pues, para que los alumnos puedan conectarse tras la finalización de la clase anterior a tal tutoría) y será debidamente comunicado al alumnado.

ACTIVIDADES PRÁCTICAS

Periódicamente, se realizarán actividades para la puesta en práctica de los contenidos teóricos impartidos durante el curso.

TUTORÍAS INDIVIDUALES

Se recomienda la solicitud de tutorías individuales para evaluar el proceso de aprendizaje del alumnado.

PROGRAMACIÓN DE ACTIVIDADES Y EVALUACIONES:

PROGRAMACIÓN DE ACTIVIDADES:

Actividad	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	¿Se evalúa?	CO	CE
Examen teórico								X							X	X		
Exposiciones orales			X	X	X		X		X									
Seminarios, actividades prácticas			X	X	X							X						

CONSIDERACIONES DE LA EVALUACIÓN EN LA CONVOCATORIA ORDINARIA:

La evaluación de la asignatura en convocatoria ordinaria será del tipo evaluación continua, y constará de las siguientes pruebas:

- (i) Exámenes teóricos (2). Puntúa un 50% de la nota final.
- (ii) Exposición oral individual o grupal (según volumen de alumnado). A cada alumno/a o grupo se le asignará un tema de exposición, cada uno de los cuales tendrá que ver con alguno de los problemas contemporáneos de la filosofía moral. Puntúa un 25% de la nota final.
- (iii) Seminarios de actividades prácticas (comentario de películas, documentales, noticias, etc.). Puntúa un 25% de la nota final.

Se estimarán positivamente la participación activa en debates y seminarios, el planteamiento de ideas originales, bien argumentadas, de sentido crítico, la disposición interactiva en el aula, la asistencia a tutorías particulares, el cuestionamiento crítico, y la propuesta de textos o material audiovisual no incluido en la bibliografía ni en la filmografía, siempre y cuando el profesor considere que se adecúan a los contenidos sobre los que se aplican.

Los alumnos o alumnas que no alcancen la nota mínima de 5 puntos en evaluación continua deberán presentarse al examen final de convocatoria ordinaria, a realizar en la fecha estimada en el calendario de exámenes.

CONSIDERACIONES DE LA EVALUACIÓN EN LA CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA:

En la evaluación extraordinaria se repetirá el mismo examen que en convocatoria ordinaria.

SISTEMAS DE EVALUACIÓN:

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PORCENTAJE (%)
Pruebas de respuesta corta	20%
Pruebas de respuesta larga, de desarrollo	30%
Pruebas orales	25%
Informes de prácticas	25%

EVALUACIÓN EXCEPCIONAL:

Los estudiantes que por razones excepcionales no puedan seguir los procedimientos habituales de evaluación continua exigidos por el profesor podrán solicitar no ser incluidos en la misma y optar por una «evaluación excepcional». El estudiante podrá justificar la existencia de estas razones excepcionales mediante la cumplimentación y entrega del modelo de solicitud y documentación requerida para tal fin en la Secretaría de la Universidad Europea Miguel de Cervantes en los siguientes plazos: con carácter general, desde la formalización de la matrícula hasta el viernes de la segunda semana lectiva del curso académico para el caso de alumnos de la Universidad, y hasta el viernes de la cuarta semana lectiva del curso académico para el caso de alumnos de nuevo ingreso. En los siete días hábiles siguientes al momento en que surja esa situación excepcional si

sobreviene con posterioridad a la finalización del plazo anterior.