

DATOS GENERALES DE LA ASIGNATURA

ASIGNATURA: Ética y Deontología de la Comunicación

PLAN DE ESTUDIOS: Grado en Publicidad y Relaciones Públicas (PGR-PUBLI)

GRUPO: 2324-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

DATOS DEL PROFESOR

NOMBRE Y APELLIDOS: EDUARDO GUTIÉRREZ GUTIÉRREZ

EMAIL: egutierrezg@uemc.es

TELÉFONO: 983 00 10 00

HORARIO DE TUTORÍAS: Viernes a las 12:00 horas

CV DOCENTE:

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)

Profesor contratado de Ciencias Sociales en la Universidad Europea Miguel de Cervantes (2022)

Acreditación Profesor Ayudante Doctor (ANECA, 2022)

CV PROFESIONAL:

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

Investigador en el GIR "Historia y Ontología del Presente", Universidad Complutense de Madrid

Investigador-asociado en la Fundación Gustavo Bueno

Revisor de artículos en Revista Endoxa

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 Marañón (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».

Ponencia en el XIV Congreso Internacional de la Sociedad Hispánica de Antropología filosófica: *Ser humano: ¿animales?, ¿dioses?, ¿máquinas? Humanidad en vilo*, con el texto: «Propuesta de una historia de la antropología filosófica». 21 de septiembre de 2022, UNED.

Ponencia en el III Congreso Internacional Nodos del conocimiento: *La academia frente a los retos de la humanidad. Innovación, investigación y transferencias ante el horizonte 2030*, con el texto: «Elogio de la vida sencilla». Noviembre de 2022, online.

Ponencia en el Seminario *Diálogos en torno a Europa: Nietzsche y Ortega*, con el texto: «Nietzsche, Simmel y Ortega». Febrero de 2023, FOM.

Lección magistral en la Escuela de Filosofía de Oviedo *Filósofos, sistemas y escuelas*. Abril de 2023, Oviedo.

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», *Eikasia*, 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.

«Sobre la definición *elíptica* de la filosofía», *El Catoblepas*, 200, 2022.

«“Estado de la cuestión” de la influencia de Simmel en Ortega y Gasset», *Anales del Seminario de Historia de la Filosofía*, 2022, 39, 607-618.

«Sociología y psicología. Salud mental en las grandes ciudades», *Intersticios*, 2022, 16-2, 119-141.

«Simmel y Ortega: Ontología relacional contra la tradición parmenídea del ser», 2022, *Logos*, 55, 311-325

Otros:

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

«Coronavirus y Filosofía; ¿una relación forzada?», 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.).

En la parte aplicada de la asignatura, el alumnado aprenderá a interpretar los contenidos publicitarios que ve día a día desde criterios éticos y morales, localizando en ellos posibles faltas deontológicas.

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. **BLOQUE I: Ética y moral**
 1. Introducción a la Ética y la Moral
 2. Dilemas éticos
 3. Ética aplicada
2. **BLOQUE II: Ética y Deontología de la Publicidad**
 1. Deontología de la publicidad
 2. Ética de la Publicidad

RECURSOS DE APRENDIZAJE:

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

Con esto, el profesor advierte que: la superación de la asignatura requiere, indispensablemente, de la asistencia y del seguimiento atento del alumno, que deberá tomar apuntes para disponer de los materiales necesarios para la preparación de las pruebas teóricas de evaluación.

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. . ISBN: 9788490567890
- Enrique Bonete Perales (2011): Neuroética práctica. . ISBN: 978-84-330-2464-0
- Augusto Hortal (2022): Ética general de las profesiones.. . ISBN: 9788433017185
- 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. . ISBN: 978-84-612-2203-2

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA:

- Mario Burgui y Emilio Chuvieco (2017): Dimensiones éticas de los dilemas ambientales.. . ISBN: 8484693945
- José María Aguirre Oraa (2021): ¡Qué haríamos sin ética!. . ISBN: 978-84-17556-49-5
- Diego Gracia (2017): Fundamentos de bioética. . ISBN: 978-84-16701-61-2

WEBS DE REFERENCIA:

Web / Descripción

[AUTOCONTROL](https://www.autocontrol.es/)(https://www.autocontrol.es/)

AUTOCONTROL Es el organismo independiente de autorregulación de la industria publicitaria en España. Constituido en 1995 como asociación sin ánimo de lucro, está integrado por anunciantes, agencias de publicidad, medios de comunicación y asociaciones profesionales, y su objetivo es trabajar por una publicidad responsable: leal, veraz, honesta y legal.

[Comité de Bioética de España](http://www.comitedebioetica.es/)(http://www.comitedebioetica.es/)

Web del Comité de Bioética de España

OTRAS FUENTES DE REFERENCIA:

Contenidos publicitarios.

PLANIFICACIÓN DEL PROCESO DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE DE LA ASIGNATURA

METODOLOGÍAS:

MÉTODO DIDÁCTICO:

Método didáctico de la lección magistral interactiva para las sesiones teóricas de la asignatura.

Trabajo autónomo en casa por parte de los alumnos y alumnas para preparar las pruebas de evaluación y alcanzar los objetivos de la evaluación continua.

Tutorías individuales.

Trabajos grupales.

Análisis de casos prácticos.

MÉTODO DIALÉCTICO:

Actividades prácticas: seminarios, debates, comentarios de libros y películas, exposiciones orales.

Se incluye también el método dialéctico en las sesiones de lección magistral interactiva.

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:

Semana 1: Presentación del curso y tema 1.

Semanas 2-4. Tema 2

Semanas 5-7: Tema 3

Semana 8: Exposiciones orales y examen temas 1, 2 y 3

Semanas 9-10: Tema 4

Semanas 10-14: Tema 5

Semana 15: Trabajo final por grupos y examen temas 4 y 5

ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS y SEMINARIOS

Se realizarán actividades complementarias y seminarios vinculados a una temática concreta, de interés para la asignatura.

TUTORÍAS

Se podrán solicitar tutorías individuales para resolver dudas sobre los contenidos de la asignatura, previa petición por email.

La semana anterior a las convocatorias oficiales se realizará una tutoría grupal, cuyo horario será indicado desde Decanato.

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	X	
Exposiciones orales							X									X	X	
Trabajo práctico															X	X	X	

CONSIDERACIONES DE LA EVALUACIÓN EN LA CONVOCATORIA ORDINARIA:

La evaluación de la asignatura será del tipo evaluación continua, con tres pruebas que se realizarán a lo largo del

curso:

- (i) Exámenes teóricos (dos parciales). Puntúa el 45% del total de la nota.
- (ii) Exposición oral por grupos de los contenidos del tema 3. Puntúa el 30% del total de la nota. El número de miembros por grupo se determinará en función del volumen de alumnado. Cada grupo deberá escoger uno de los contenidos seleccionados para el tema 3 (según el plan de la asignatura) y preparar una exposición de un mínimo de 20 a 30 minutos (dependiendo del número de alumnos/as por grupo) en la que se analice el problema seleccionado, las alternativas en disputa, las implicaciones morales del problema, y su efecto sobre el mundo de la publicidad.
- (iii) Trabajo de investigación por grupos. Puntúa el 25% de la nota. Cada grupo deberá realizar un trabajo de investigación sobre contenidos publicitarios actuales de acuerdo con las consideraciones de los temas 4 y 5, y presentar los resultados ante el resto de compañeros y compañeras.

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.

El entorpecimiento de las lecciones del profesor y del seguimiento de las mismas por parte del resto de alumnos y alumnas debido a una falta de respeto y a una mala educación en el aula, así como las faltas continuadas de asistencia, se valorarán negativamente a la hora de considerar la nota final del alumno o la alumna en cuestión. Asimismo, estas faltas supondrán el suspenso automático del alumno o la alumna cuando se produzcan en el contexto de una prueba práctica de seminario.

El uso inapropiado de herramientas de inteligencia artificial, tendrán una calificación de cero (0). Asimismo, si se comprueba que este comportamiento irresponsable es generalizado o habitual por parte del estudiante, además de reflejarlo en su evaluación continua y final, puede acarrear la apertura de un expediente disciplinario.

Si el profesor, durante la corrección de los exámenes, sospechase que un alumno o una alumna ha podido copiar las respuestas del mismo, dispondrá de un plazo de dos días después de la fecha de celebración del examen para solicitarle al alumno o la alumna en cuestión una tutoría en la que se le realizarán preguntas con el objeto de confirmar si efectivamente maneja los contenidos aducidos en su hoja de examen o no.

CONSIDERACIONES DE LA EVALUACIÓN EN LA CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA:

Los alumnos o alumnas que no hayan superado la asignatura en convocatoria ordinaria deberán presentarse al examen en convocatoria extraordinaria (según el calendario de exámenes), consistente en preguntas sobre los contenidos de los temas vistos a lo largo de la asignatura.

SISTEMAS DE EVALUACIÓN:

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PORCENTAJE (%)
Pruebas de respuesta corta	20%
Pruebas orales	30%
Trabajos y proyectos	25%
Pruebas de ejecución de tareas reales y/o simuladas	25%