

DATOS GENERALES DE LA ASIGNATURA

ASIGNATURA: Ética y Deontología de la Comunicación

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

GRUPO: 2526-S1

CENTRO: Facultad de Ciencias Sociales

CARÁCTER DE LA ASIGNATURA: Obligatoria (OB)

ECTS: 6,0

CURSO: 2º

TEMPORALIDAD: 2º Semestre

IDIOMA EN QUE SE IMPARTE:

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

DATOS DEL DOCENTE

NOMBRE Y APELLIDOS: CARLOS ESTEBAN GONZÁLEZ

EMAIL: cesteban@uemc.es

TELÉFONO: 983 00 10 00

HORARIO DE TUTORÍAS: Lunes a las 11:00 horas

CV DOCENTE:

Doctor en Filosofía por la Universidad de Valladolid y la Universidad de Salamanca con la tesis titulada: "Isaiah Berlin: la independencia del pluralismo de valores respecto del relativismo".

Graduado en Filosofía por la Universidad de Valladolid. Máster en Estudios Avanzados en Filosofía por la Universidad de Valladolid y la Universidad de Salamanca.

CV PROFESIONAL:

Profesor en diversos grados de la Universidad Europea Miguel de Cervantes desde el curso 2022-23 hasta la actualidad. Profesor asociado en el Departamento de Filosofía de la Universidad de Valladolid.

CV INVESTIGACIÓN:

Autor de varias publicaciones relacionadas con la filosofía moral y política y la historia de la filosofía en revistas indexadas y de varios capítulos de libro en publicaciones académicas colaborativas. Ponente en varios congresos de filosofía en España y en Latinoamérica. Miembro del GIR Teorías jurídicas y políticas de la modernidad.

DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

DESCRIPTOR DE LA ASIGNATURA:

Esta asignatura persigue el objetivo de estimular la conciencia moral crítica del alumnado, ya sea a nivel general (valoración de la moralidad de las alternativas disponibles en el caso de un conflicto de valores o «dilema ético»), ya sea al nivel particular de la práctica profesional para la que se está formando en este Grado (reconocimiento y análisis de los dilemas éticos concernientes a la práctica profesional de la Publicidad).

La asignatura se divide en dos grandes bloques: el primero, en el que realizamos una aproximación general a la Ética y a la Moral analizando algunos de los problemas o las cuestiones que atañen a la Filosofía moral y que son de rabiosa actualidad: Inteligencia Artificial, eutanasia, aborto, pena de muerte, ecologismo, animalismo, etc. En el segundo bloque, siguiendo una tendencia de lo más general a lo más concreto, nos centramos en la Ética y Deontología de las profesiones para culminar con la Ética y Deontología de la Publicidad. En este último tema de

la asignatura el alumno adquirirá los criterios éticos y deontológicos para analizar críticamente los contenidos publicitarios que ve diariamente.

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.

CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA:

1. Ética y moral

1. a. Introducción a la ética
2. b. Diferencias entre ética, moral y derecho
3. c. Éticas deontológicas, éticas teleológicas y éticas consecuencialistas
4. d. Dilemas éticos: grandes perspectivas y debates contemporáneos

2. Ética y deontología de la publicidad

1. a. Introducción a la ética aplicada y a la deontología
2. b. Ética de la publicidad
3. c. Deontología de la Publicidad: AUTOCONTROL
4. d. Dilemas éticos de la Publicidad y la Comunicación

OBSERVACIONES DEL CONTENIDO DE LA ASIGNATURA:

Los contenidos se detallarán en cada sesión. Se colgarán en el Campus Virtual-Aula Moodle todos los documentos e informaciones que el docente considere relevantes y oportunos, para que puedan ser consultados y estudiados. Así mismo, el alumnado podrá encontrar en el Campus Virtual la descripción detallada de los ejercicios y prácticas, los diversos materiales docentes y cualquier información necesaria para el adecuado seguimiento de la asignatura.

RECURSOS DE APRENDIZAJE:

El soporte fundamental para el desarrollo de las sesiones serán los textos incluidos en la bibliografía. En segundo grado, el profesor se servirá de la Plataforma Moodle, Teams, proyección de presentaciones en Power Point, así como vídeos y recursos de Internet. En el Aula Virtual se dará acceso a los materiales mencionados, así como se colgarán tanto los textos para las pruebas prácticas como otros textos secundarios considerados de interés por el profesor.

Se hace constar la necesidad de que alumno siga las explicaciones, seminarios, exposiciones y debates surgidos en el aula. Será indispensable su seguimiento atento, ya que deberá tomar apuntes para disponer de todos los materiales necesarios para preparar 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:

- Burgui Burgui, M. y Chuvieco Salinero, E. (2017): Dimensiones éticas en los dilemas ambientales: estudio de casos. Ediciones Internacionales Universitarias. ISBN: 9788484693949
- Cortina, A. (2009): Las fronteras de la persona: el valor de los animales, la dignidad de los humanos. Taurus. ISBN: 978-84-306-0765-5
- García Estévez, N. (2024): Deontología publicitaria: de la teoría a la práctica: el uso responsable de la publicidad. UOC. ISBN: 978-84-1166-060-0
- Hortal, A. (2009): Ética general de las profesiones. Desclee De Brouwer. ISBN: 9788433017185
- Megías Quirós, J.J. y Cabrera Caro, L. (2013): Ética y derecho en la Publicidad. Comares. ISBN: 9788490451182
- Pellicer Jordá, M.T. (2019): Sobrevivir a la publicidad desde una perspectiva ética. UOC. ISBN: 9788491805038
- Pellicer Jordá, M.T. (2023): Ética publicitaria y responsabilidad social corporativa. Pirámide. ISBN: 9788436847642
- Cortina, A. y Martínez, E. (2001): Ética. Akal. ISBN: 844600674X
- Cortina, A. (2013): ¿Para qué sirve realmente... la ética?. Paidós. ISBN: 978-84-493-2877-0
- Cohn, P. y Ferrater, J. (1981): Ética aplicada. Del aborto a la violencia. Alianza. ISBN: 8420623008

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA:

- Marcos, A. (2001): Ética ambiental. Servicio de Publicaciones de la Universidad de Valladolid. ISBN: 84-8448-114-X

WEBS DE REFERENCIA:

Web / Descripción

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

Web de la institución para la regulación deontológica de la publicidad en España, AUTOCONTROL

[Comité de Bioética de España](https://comitedebioetica.isciii.es/)(https://comitedebioetica.isciii.es/)

Web del Comité de Bioética de España

PLANIFICACIÓN DEL PROCESO DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE DE LA ASIGNATURA

METODOLOGÍAS:

MÉTODO DIDÁCTICO:

Clases de teoría (lección magistral): Mediante la exposición oral del profesor y usando los medios tecnológicos adecuados, se expondrán los contenidos desde una perspectiva general, ordenados sistemáticamente. Para ello se hace imprescindible la participación por parte del alumnado, puesto que durante esas sesiones deberán reflexionar, recordar, preguntar, criticar y participar activamente. Simultáneamente se facilitará al alumnado tanto una bibliografía útil, como direcciones de internet para consulta sobre cada uno de los temas. Se recomienda al alumnado tomar sus propios apuntes, junto a las anotaciones que crea oportunas sobre el material que puede suministrar el profesor. En estas clases los alumnos adquieren principalmente las competencias conceptuales que son específicas de la asignatura. Se podrán impartir a todo el grupo a la vez (grupo grande).

MÉTODO DIALÉCTICO:

Clases de problemas y/o de prácticas: En ellas, el profesor expondrá a los alumnos supuestos prácticos y problemas relativos al ámbito de estudio con la finalidad de que vayan adquiriendo las capacidades y habilidades (competencias procedimentales) identificadas en las competencias. Para facilitar esta adquisición, los alumnos deberán enfrentarse a la resolución de problemas o prácticas propuestos propiciando el trabajo autónomo, independiente y crítico. Estas clases se podrán desarrollar o en el aula o en el laboratorio de informática según los medios tecnológicos necesarios para la adquisición de las competencias y deberán impartirse en grupos de tamaño pequeño. Asimismo, el alumnado deberá presentar una serie de ejercicios prácticos que serán evaluados por el profesor. Mediante los trabajos en grupo y los seminarios se refuerzan las competencias específicas, las competencias transversales (instrumentales, personales y sistémicas) y las competencias actitudinales planteadas en la asignatura.

MÉTODO HEURÍSTICO:

En este caso, los alumnos tutelados por el profesor deberán componer dos ensayos en respuesta a la pregunta “¿Existe la ética en publicidad?”. La composición de ambos ensayos estará debidamente pauta a nivel formal y se indicarán con claridad las fechas y los métodos de entrega. El alumno se responsabilizará del contenido. Deberá componer su propia opinión, ordenarla en un discurso claro y argumentarla debidamente, recurriendo al material trabajado en clase o a aquel que sea capaz de encontrar en los diferentes catálogos y buscadores de literatura académica que pone a su disposición la universidad (como WOS o SCOPUS). El primer ensayo será original y el segundo hará referencia al primero, reflexionando lo expuesto y ampliándolo, reforzándolo o enmendándolo, según evolucionen los conocimientos y opiniones del alumno.

CONSIDERACIONES DE LA PLANIFICACIÓN:

Semana 1: Presentación de la asignatura e inicio del Tema 1.1

Semana 2: Tema 1.1

Semana 3: Tema 1.2 e inicio Tema 1.3

Semana 4: Tema 1.3

Semana 5: Tema 1.4

Semana 6: Exposiciones

Semana 7: Sesión de discusión de los temas impartidos y primer parcial

Semana 8: Tema 2.1

Semana 9: Tema 2.2

Semana 10: Final Tema 2.2 e inicio Tema 2.3

Semana 11: Tema 2.3

Semana 12: Tema 2.3

Semana 13: Tema 2.4

Semana 14: Tema 2.4

Semana 15: Sesión de discusión de los temas impartidos y segundo parcial

Esta planificación es flexible y puede tener modificaciones para adaptarse al ritmo de los alumnos y al tiempo necesario para la exposición de trabajos.

Observaciones a tener en cuenta: Estas actividades son susceptibles de utilizar herramientas de inteligencia artificial de manera ética y responsable, lo que supone que su uso está destinado para conseguir más información, contrastar y ayudar de manera efectiva a fomentar la creatividad y enriquecer el aprendizaje activo. Así se entiende que la aplicación inapropiada como el traslado de la reproducción de las herramientas sin aportación y trabajo propio, representa un comportamiento inadecuado, que no cumple con los objetivos de las actividades y así se verá reflejado en su calificación. El profesor podrá incorporar medidas de carácter aleatorio o fijo (sustentación oral del resultado, incluir variaciones en los enunciados, aplicaciones de los resultados a otros contextos, etc.), antes, durante o al finalizar cada actividad formativa, con el propósito de confirmar el uso apropiado de la herramienta de inteligencia artificial.

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
Primer parcial							X									X	X	X
Entrega primer ensayo							X									X	X	X
Segundo parcial														X		X	X	X
Entrega segundo ensayo															X	X	X	X
Exposiciones						X										X	X	X

CONSIDERACIONES DE LA EVALUACIÓN EN LA CONVOCATORIA ORDINARIA:

Se compaginará el método expositivo o lección magistral (clases presenciales) con un sistema de Evaluación Continua. En el aula se estudiarán casos concretos, se realizarán trabajos, pruebas escritas y los alumnos expondrán durante las sesiones prácticas. Se evaluará a los alumnos mediante tres pruebas que se realizarán a lo largo del curso:

1. Exámenes teóricos. Se realizará un primer parcial, una vez haya finalizado la exposición del Bloque 1, a fijar dentro de las semanas centrales del semestre, y un segundo parcial, una vez haya terminado la exposición del Bloque 2, a fijar al final del semestre. Cada uno de ellos supondrá el 25% de la nota final.
2. Exposición oral por grupos de los temas de discusión ética y deontológica presentados en el aula. Se compondrán una serie de grupos entre los alumnos, cuyo número, tanto el de los grupos como el de los miembros de los mismos, se determinará en función del volumen del alumnado. Posteriormente, se repartirán entre esos grupos las cuestiones a trabajar en el tema 1.4. Cada grupo deberá preparar una exposición de entre 20 y 30 minutos siguiendo las pautas indicadas por el profesor. Las exposiciones se celebrarán la semana 6, tras la presentación de los temas a tratar por parte del profesor. La puntuación asignada a esta parte es el 25% de la nota final.
3. Ensayos individuales en respuesta a la pregunta "¿Existe la ética en publicidad?". Cada alumno deberá componer dos ensayos con arreglo a las indicaciones del profesor. Se entregará el primer ensayo en las semanas centrales del semestre. El segundo ensayo se entregará en las semanas finales del semestre. Volverá a tratar sobre la misma pregunta, pero se compondrá en referencia al primer ensayo. Cada alumno deberá enfrentar las opiniones y argumentaciones que defendió en el ecuador del semestre, ampliándolas, apuntalándolas, reforzándolas o, por el contrario, enmendándolas, matizándolas o generando un discurso alterno. Esta prueba supondrá el 25% de la nota final.

La nota final se calcula sumando las notas obtenidas en cada una de las pruebas, considerando el porcentaje de evaluación de cada una de ellas. Es requisito indispensable, sin el cual el alumno o la alumna no podrá optar a conocer su nota final, haber obtenido una nota de 4 o más en cada una de las tres pruebas de evaluación. Una nota inferior significa que el alumno o la alumna deberá presentarse a la recuperación de esa o esas pruebas de evaluación

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.

En general, se evaluará la capacidad de redacción del alumnado, así como el arreglo de los textos entregados a las normas de ortografía y sintaxis. También se evaluará el seguimiento adecuado de las normas formales.

La nota final será el resultado de la suma de las calificaciones de las partes descritas, siguiendo lo expresado. En caso de que el alumno o alumna no supere alguna de las partes según las indicaciones expresadas, podrá recuperarla durante la convocatoria extraordinaria; atender "convocatoria extraordinaria".

El plagio total o parcial de cualquier texto se penalizará con el suspenso automático de la prueba. No se tendrán en cuenta los trabajos entregados fuera de la fecha señalada. La planificación de la evaluación tiene un carácter meramente orientativo y podrá ser modificada a criterio del profesor, en función de circunstancias externas y de la evolución del grupo.

El uso inapropiado de herramientas de inteligencia artificial, tendrá 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.

IMPORTANTE: Los sistemas de evaluación descritos en esta GD son sensibles tanto a la evaluación de las competencias como de los contenidos de la asignatura. La realización fraudulenta de cualquiera de las pruebas de evaluación, así como extracción de información de las pruebas de evaluación, será sancionada según lo descrito en el Reglamento 7/2015, de 20 de noviembre, de Régimen Disciplinario de los estudiantes, Arts. 4, 5 y 7 y derivarán en la pérdida de la convocatoria correspondiente, así como en el reflejo de la falta y de su motivo en el expediente académico del alumno.

CONSIDERACIONES DE LA EVALUACIÓN EN LA CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA:

Los estudiantes que no hayan superado la asignatura en la Convocatoria Ordinaria, podrán presentarse a la convocatoria extraordinaria para recuperar la nota de las partes no superadas o, en su caso, para superar la totalidad de la asignatura. Hay que indicar cómo recuperan. Vale un examen para lo de los dos parciales. Vale un trabajo para el ensayo y otro para la exposición.

Se insiste, en la convocatoria extraordinaria solo se evaluarán las competencias que el alumnado no haya superado, por lo tanto, se guardará la nota de aquellas partes superadas en la convocatoria ordinaria. Igualmente, no se calculará la media entre ambas partes hasta que las dos hayan sido superadas con una calificación mínima de 5 sobre 10, respetando siempre los porcentajes descritos. El plagio total o parcial de cualquier texto se penalizará con el suspenso automático de la prueba.

No se tendrán en cuenta los trabajos entregados fuera de la fecha señalada. La planificación de la evaluación tiene un carácter meramente orientativo y podrá ser modificada a criterio del profesor, en función de circunstancias externas y de la evolución del grupo.

IMPORTANTE: Los sistemas de evaluación descritos en esta GD son sensibles tanto a la evaluación de las competencias como de los contenidos de la asignatura. La realización fraudulenta de cualquiera de las pruebas de evaluación, así como extracción de información de las pruebas de evaluación, será sancionada según lo descrito en el Reglamento 7/2015, de 20 de noviembre, de Régimen Disciplinario de los estudiantes, Arts. 4, 5 y 7 y derivarán en la pérdida de la convocatoria correspondiente, así como en el reflejo de la falta y de su motivo en el expediente académico del alumno.

En caso de concurrir en evaluación excepcional, se actuará del modo descrito con ocasión de la convocatoria extraordinaria; 50% de la nota corresponderá al examen en convocatoria extraordinaria y el 50% al trabajo a designar por el profesor.

SISTEMAS DE EVALUACIÓN:

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PORCENTAJE (%)
Pruebas de respuesta corta	20%
Pruebas de respuesta larga, de desarrollo	30%
Pruebas orales	25%
Trabajos y proyectos	25%