

PLAN DOCENTE DE LA ASIGNATURA

Curso académico: 2025/2026

Identificación y características de la asignatura					
Código	500364				
Denominación (español)	Ética y Deontología de la Comunicación Audiovisual				
Denominación (inglés)	Ethics and deontology of audiovisual communication				
Titulaciones	Grado en Comunicación Audiovisual Doble Grado en Comunicación Audiovisual / Información y Documentación				
Centro	Facultad de CC. de la Documentación y de la Comunicación				
Módulo	Teoría y práctica de los medios audiovisuales				
Materia	Ética y Deontología de la Comunicación Audiovisual				
Carácter	Obligatoria	ECTS	6	Semestre	2º
Profesorado					
	Nombre	Despacho	Correo-e		
	Ana María González Delgado	32	agondel@unex.es		
	Juan Manuel Cardoso Caraballo	10	jmcardoso@unex.es		
Área de conocimiento	Comunicación Audiovisual y Publicidad				
Departamento	Información y Comunicación				
Profesor/a coordinador/a (si hay más de uno)	Ana María González Delgado				
Competencias					
COMPETENCIAS BÁSICAS					
CB1	Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.				
CB2	Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio				
CB3	Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.				
COMPETENCIAS GENERALES					
CG1	Fomentar la capacidad crítica, analítica y reflexiva en relación con el hecho audiovisual, con un conocimiento técnico y estético de las formas, procesos y tendencias de la comunicación visual en nuestro entorno.				

<p>CG3 Proporcionar un conocimiento exhaustivo de las técnicas y procesos de creación y difusión audiovisuales en sus diversas fases, así como las interrelaciones entre los sujetos de la comunicación audiovisual: autores, instituciones, empresas, medios, soportes y receptores. Esta formación le capacitará para la toma de decisiones creativas y profesionales en el campo de la comunicación y de la gestión de los recursos tecnológicos y humanos en las empresas del sector.</p> <p>CG5 Adquirir las destrezas necesarias para trabajar en empresas asociadas a la industria audiovisual y en organizaciones que demandan servicios, planes y estrategias de comunicación.</p>
<p>COMPETENCIAS TRANSVERSALES</p> <p>CT5 Tener la capacidad de generar una conciencia solidaria: capacidad para generar formas de comportamiento que pasen por el respeto solidario por las diferentes personas y pueblos del planeta, la igualdad de oportunidades y accesibilidad universal de las personas con discapacidad, los valores propios de una cultura de paz, los principios democráticos y el respeto por los derechos humanos.</p> <p>CT7 Tener la habilidad de exponer de forma adecuada los resultados de trabajos e investigaciones, de manera oral o con ayuda de medios conforme a los cánones de las disciplinas de comunicación.</p> <p>CT11 Tener capacidad de trabajar en equipo y de comunicar las propias ideas, así como la capacidad de integrarse en un proyecto común destinado a la obtención de resultados.</p> <p>CT12 Tener la capacidad de crear: capacidad para asumir riesgos expresivos y temáticos en el marco de las disponibilidades y plazos de la producción audiovisual, aplicando soluciones y puntos de vista personales en el desarrollo de los proyectos.</p> <p>CT14 Tener la capacidad de practicar sistemáticamente la autoevaluación crítica de resultados: valoración de la importancia de corregir y ajustar constantemente los errores cometidos en los procesos creativos u organizativos de las producciones audiovisuales.</p> <p>CT15 Tener la capacidad para establecer orden y método: habilidad para la organización y temporalización de tareas, tomando decisiones prioritarias en los diferentes procesos y estrategias de comunicación.</p> <p>CT16 Tener la capacidad para transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.</p>
<p>COMPETENCIAS ESPECÍFICAS</p> <p>CE9 Tener la capacidad de analizar relatos audiovisuales.</p> <p>CE25 Conocer la ética y deontología profesional, así como el ordenamiento jurídico de la información, que afecta tanto a la práctica profesional como al quehacer del comunicador.</p> <p>CE28 Conocer a nivel teórico-práctico los mecanismos legislativos de incidencia en el audiovisual o la comunicación, así como el régimen jurídico de su aplicación en</p>

<p>las producciones audiovisuales. Incluyendo también el conocimiento de los principios éticos y de las normas deontológicas de la comunicación audiovisual.</p> <p>CE32 Tener la capacidad para reunir e interpretar datos relevantes dentro del área de estudio de la comunicación audiovisual, para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.</p>

Contenidos

Descripción general del contenido: Responsabilidad **ética** y libertad de los profesionales en los medios de **comunicación**. Mecanismos de **autorregulación** y **co-regulación**. **Ética** y **Deontología** de la **información**, de la **ficción**, del ent

Temario

Denominación del tema 1: Definición de Ética y moral. Diferencias
 Contenidos del tema 1: Responsabilidad social de los medios de **comunicación**: la **deontología** como cualidad definitoria del buen profesional.
Descripción de las actividades **prácticas** del tema 1: Ensayo **analítico** sobre un episodio de una serie de **ficción** centrado en dilemas **éticos** del ejercicio **periodístico**.

Denominación del tema 2: Deontología de la Comunicación.
 Contenidos del tema 2: Concepto y eficacia de los mecanismos de **autorregulación** en el mercado **mediático**. **Códigos Deontológicos**.
Descripción de las actividades **prácticas** del tema 2: Estudio **comparado** de los principales **códigos deontológicos** del **periodismo** - FAPE, el del Consejo de Europa y otros organismos **internacionales**- para **reflexionar** sobre los principios **éticos** que rigen la **profesión**.

Denominación del tema 3: Ética y Deontología de la Información Audiovisual.
 Contenidos del tema 3: **Códigos Deontológicos** aplicados a la **imagen**. La **veracidad** como requisito. La **función** social de la **información**. Cambios en el panorama **Audiovisual** y **digital**. **Decálogo** de pautas **deontológicas**. **Retos** de la **utilización** de la **IA**.
Descripción de las actividades **prácticas** del tema 3: **Reflexión crítica** sobre casos reales con **imágenes**. **Reflexión crítica** sobre el uso de la **inteligencia artificial** en la **producción** **informativa**.

Denominación del tema 4: Ética y Deontología de la ficción audiovisual.
 Contenidos del tema 4. Responsabilidad de la **ficción**, requisitos de la **escritura** de **ficción**, la **verosimilitud** como requisito **narrativo**.
Descripción de las actividades **prácticas** del tema 4: **Análisis** de los **desafíos éticos** de la **ficción audiovisual**.

Denominación del tema 5: Ética y Deontología de la Publicidad.
 Contenidos del tema: La **comunicación** **comercial**. **Información** y **persuasión**. La **eficacia** de **Autocontrol**. **Deontología** de las **Comunicaciones Comerciales**.
Descripción de las actividades **prácticas** del tema 5: **Evaluación crítica** de **campañas** **publicitarias** para **identificar** **conflictos éticos** entre **información** y **persuasión**, y **análisis** de **ilícitos** **publicitarios** para **valorar** la **eficacia** de los mecanismos de la **autorregulación** como **Autocontrol**.

Horas de trabajo del alumno/a por tema	Horas Gran grupo	Actividades prácticas	Actividad de seguimiento	No presencial
--	------------------	-----------------------	--------------------------	---------------

Tema	Total	GG	CH	L	O	S	TP	EP
1 Teoría	18,15	8					0,15	10
2 Teoría	18,15	8					0,15	10
3 Teoría	28,15	11					0,15	16
4 Teoría	25,15	10					0,15	15
5 Teoría	27,15	11					0,15	15
1 Práctica	6,65					1	0,15	5,5
2 Práctica	6,65					1	0,15	5,5
3 Práctica	6,65					1	0,15	5,5
4 Práctica	6,65					1	0,15	5,5
5 Práctica	6,65					1	0,15	5,5
Evaluación		2						
TOTAL	150	50				5	1,5	93,5

GG: Grupo Grande (85 estudiantes).

CH: **Actividades de prácticas clínicas** hospitalarias (7 estudiantes)

L: Actividades de laboratorio o **prácticas de campo** (15 estudiantes)

O: Actividades en sala de ordenadores o laboratorio de idiomas (20 estudiantes)

S: Actividades de seminario o de problemas en clase (40 estudiantes).

TP: **Tutorías Programadas** (seguimiento docente, tipo **tutorías ECTS**).

EP: Estudio personal, trabajos individuales o en grupo, y lectura de **bibliografía**.

Metodologías docentes

Lección magistral participativa.

Sesiones teóricas para repasar los bloques teóricos de contenidos de la asignatura y dar pautas para la profundización de cada uno de los temas planteados.

Explicación y discusión de los contenidos.

Presentación de casos.

Visionado de películas y series de televisión.

Trabajos en grupo.

Resolución de problemas y casos por medio de la reflexión y el análisis.

Asistencia a conferencias, seminarios y actividades complementarias.

Resultados de aprendizaje

Reflexionar y conocer el valor de la **Ética** como estándar que define y distingue el trabajo del profesional de la información y de la comunicación.

Estudiar y conocer el valor de la autorregulación y co-regulación en el ámbito de los medios de comunicación.

Conocer las principales claves sociales, culturales y empresariales de los medios de comunicación, como contexto profesional que influye en la **producción** de contenidos por parte de los medios de comunicación.

Sistemas de evaluación

Evaluación continua: La **evaluación** continua, durante el cuatrimestre y con las sesiones teóricas y prácticas, más la asistencia se evalúa de la siguiente forma:

1. Actividades de **evaluación** continua. Esto supone un **40%** de la nota final en el que se incluye la **elaboración** de las **prácticas -obligatorias** - cuya **realización** se **realizará** en clase y se **anunciará** con **antelación** en el Campus Virtual y equivale a **4 puntos**. **No serán recuperables**.
2. La asistencia a las sesiones presenciales se **valorará** con un **10%** de la **calificación** final, equivalente a un punto sobre el total. A lo largo del curso, se

llevará a cabo un seguimiento **sistemático** tanto de la asistencia como de la **participación** activa del alumnado en los debates y actividades propuestas, **considerándose** estos aspectos como indicadores relevantes del compromiso académico.

3. El **examen final** tiene una validez de un **50%**. Dicho ejercicio **consistirá** en un examen **teórico-práctico** en un **único** bloque, con tiempo limitado y con un valor de 5 puntos. Se **tendrán** en cuenta **las faltas de ortografía, aunque solo sea una**, para suspender este ejercicio y en el caso de las **prácticas** también se **aplicará** la misma regla.

Es **imprescindible** para aprobar la asignatura obtener al menos el 50% de la nota de cada ejercicio, ya que no se realiza nota media de las tres partes en caso de tener aprobada una sola parte. En definitiva, obtener una nota media ponderada de 5 sobre 10 de entre las calificaciones obtenidas en las **prácticas**, examen final, **más** la suma proporcional de la asistencia.

Metodología de las Sesiones de Prácticas (40%), que se **estructurarán** de la siguiente forma:

1. Obligatoriedad de la asistencia a las sesiones prácticas y la entrega en el plazo establecido de todos los trabajos en el espacio habilitado en el Campus Virtual.

A) Asistencia a clase y **participación** activa durante las **prácticas** en las que **tendrán** que realizar tres trabajos **prácticos** y que se **realizarán** en grupo establecidos el primer día de clase. **Deberán** entregar todas las actividades **prácticas** que se programen y la nota se **hallará** de la media de los tres trabajos presentados, excepto si dos de las tres **están** suspensas. En ese caso esta parte **estará** suspendida y **deberá** ser recuperada en la siguiente convocatoria.

B) **Consistirá** en la **elaboración** de un ensayo durante hora y media con el apoyo del visionado de **películas**, series de **televisión**, lecturas programadas de publicaciones recomendadas por la profesora o bien sobre temas de actualidad relacionados con la **temática** de la asignatura y que surjan durante el curso. **También** se **abordarán** conflictos de **índole ética** planteados en cursos anteriores o las resoluciones de la **Comisión** de Arbitraje, Quejas y **Deontología** del Periodismo de la FAPE o de la **Asociación** AUTOCONTROL de la Publicidad.

Evaluación global: Conforme a la Normativa de **Evaluación** de las Titulaciones oficiales de Grado y **Máster** de la UEX (2020), el estudiante puede elegir, dentro del **período** legalmente establecido y conforme al resto de **términos** que expresa la Normativa, entre la modalidad de **evaluación continua** y la de **evaluación global**.

Deberán comunicárselo a la profesora dentro del primer cuarto del periodo de **impartición** de la docencia **-según** normativa vigente- a **través** de una entrega en espacio habilitado para ello en el Campus Virtual de la asignatura.

Para aprobar la asignatura en esta modalidad es imprescindible superar las dos partes del **examen final** cuya **valoración** supondrá el **100%** de la **nota final**.

El examen final constará de dos partes:

1. Un examen teórico que durará una hora (50%).
2. Elaboración de un ejercicio práctico mediante la redacción de un ensayo (50%), también de una hora de duración.

Es obligatorio superar ambas partes para aprobar la asignatura. En caso de **suspender alguna de las partes**, la **calificación** que figurará en el acta será de la nota más baja. Para la recuperación se guardará la nota aprobada si supera alguna de las dos partes.

Se tendrán en cuenta las faltas de ortografía, AUNQUE SOLO SEA UNA, para suspender este ejercicio .

Bibliografía (básica y complementaria)

Obligatorio:

-Material entregado por la profesora y que será publicado en el Campus Virtual de la Universidad de Extremadura. **Códigos Deontológicos** de FAPE; **Código Deontológico Europeo**; **Código Deontológico de Cataluña**; **Normas de Autocontrol**, etc.

Consulta

- ARANGUREN, J. L., **Ética**, Alianza. Madrid, 2001.
- ARROYO, I., **Ética de la imagen**, Laberinto. Madrid, 2000.
- AZNAR, H. **Comunicación responsable: deontología y autorregulación** de los medios, Ariel. Barcelona, 1999.
- AZNAR, H., **Códigos éticos de publicidad y marketing**, Ariel. Barcelona, 2000.
- AZNAR, H., **Ética de la comunicación y nuevos retos sociales: códigos y recomendaciones para los medios**, Paidós. Barcelona, 2005.
- AZNAR, H., **Ética y periodismo: códigos, estatutos y otros documentos de autorregulación**, Paidós. Barcelona, 2000.
- AZNAR, H., **La autorregulación de los medios**, Ariel. Barcelona, 2005.
- BLÁZQUEZ, N., **Ética y medios de comunicación**, Biblioteca de Autores Cristianos. Madrid, 1994.
- BLÁZQUEZ, N., **Foro ético mundial y medios de comunicación**, Visión Net. Madrid, 2006
- BLÁZQUEZ, N., **La nueva ética en los medios de comunicación: problemas y dilemas de los informadores**, Biblioteca de Autores Cristianos. Madrid, 2002.
- BONETE, E., **Ética de la Comunicación Audiovisual: materiales para una ética mediática**, Tecnos. Madrid, 1999.
- BONETE, E., **Éticas de la Información y Deontologías del Periodismo**, Tecnos. Madrid, 1995.
- CAMACHO, I., **Ética de la empresa**, Desclée de Brower. Bilbao, 2007.
- CATELA, I., **Ética de la televisión: consejos de sabios para la caja tonta**, Desclée de Brower. Bilbao, 2005.
- CORTINA, A., **¿Para qué sirve realmente ...? LA ÉTICA**. Paidós. Barcelona. 2015.
- CORTINA, A., **¿Ética o ideología de la Inteligencia Artificial?** Paidós Estado y Sociedad. Barcelona. 2024.
- ECHANIZ, A., **Ética del profesional de la comunicación**, Desclée de Brower. Bilbao, 2004.
- GARCÍA FERNÁNDEZ, F., **Ética e Internet: manzanas y serpientes**, Rialp. Madrid, 2007.
- GORDON, D., **Controversies in media ethics**, Longman. New York, 1999.
- JENSEN, J., **Ethical issues in the communication process**, Lawrence Erlbaum. New Jersey, 1997.
- LÓPEZ HIDALGO, A., **El periodista en su soledad. De cómo la precariedad en el trabajo condiciona la ética y la independencia del profesional, y otras respuestas sin pregunta. Comunicación Social Ediciones y Publicaciones. Sevilla, 2005.**
- LÓPEZ TALAVERA, M.M., **Ética en los medios de comunicación**. Prensa, radio, tv y cine, Fragua. Madrid, 2016.
- MÉNDIZ NOGUERO, A., **Los valores en la publicidad: Un nuevo planteamiento ético y comercial**. IC-Media Net Publicaciones (Federación de Asociaciones y Consumidores de Usuarios de los Medios. Madrid, 2010.
- MÉNDIZ NOGUERO, A., **Una Ética olvidada: Publicidad, valores y estilos de vida**. En <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2538172>

- PÉREZ FUENTES, JC. *Ética periodística. Principios, Códigos deontológicos y Normas complementarias*. Servicio Editorial Universidad del País Vasco. Leioa, 2004.
- RAMOS FERNÁNDEZ, F., *La ética del periodista*. Diputación de Pontevedra. Pontevedra, 1996.
- REDONDO, M., *Verificación digital para periodistas. Manuela contra bulos y desinformación internacional*. Editorial UOC. Barcelona, 2018.
- SOTO IVARS, J., *Arden las redes*, Grupo Editorial S.A.U. Barcelona, 2017.
- SUÁREZ VILLEGAS, J.C., *Los límites éticos del espectáculo televisivo*. Editorial MAD. Sevilla, 2006.
- SUÁREZ VILLEGAS, J.C., *Análisis ético de la información: (casos prácticos y documentos deontológicos)*. Editorial MAD. Sevilla, 2001.
- SUÁREZ VILLEGAS, J.C., *Medios de Comunicación y autocontrol: entre la ética y el derecho*. Editorial MAD. Sevilla, 1999.
- SUÁREZ VILLEGAS, J.C., CRUZ ÁLVAREZ, J., *Desafíos éticos en el periodismo digital*. Dykinson S.L. Madrid, 2016.

- VÁZQUEZ, F., *Ética y Deontología de la Información*, Paraninfo. Madrid, 1991.

Otros recursos y materiales docentes complementarios

La asignatura cuenta con un aula en el Campus Virtual de la Universidad de Extremadura en la que se encuentran incluidos los principales recursos digitales (**temas, presentaciones, plantillas de trabajo, casos prácticos, espacio para subir trabajos, etc.**) para el correcto seguimiento de esta.