

PLAN DOCENTE DE LA ASIGNATURA

Curso académico: 2026/2027

Identificación y características de la asignatura					
Código	502968				
Denominación (español)	Ética y deontología de la comunicación				
Denominación (inglés)	<i>Ethics and deontology of communication</i>				
Titulaciones	Grado en Periodismo / Doble Grado en Periodismo y Comunicación Audiovisual / Doble Grado en Periodismo e Información y Documentación				
Centro	Facultad de Ciencias de la Documentación y la Comunicación				
Módulo	Fundamentos teóricos del periodismo				
Materia	Ética y deontología				
Carácter	Obligatoria	ECTS	6	Semestre	2º
Profesorado					
Nombre		Despacho		Correo-e	
Ana González Delgado		32		agondel@unex.es	
Área de conocimiento	Periodismo				
Departamento	Información y Comunicación				
Profesor/a coordinador/a (si hay más de uno)					
Competencias / Resultados de aprendizaje					
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.					
CB4 Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.					
CB5 Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.					
COMPETENCIAS GENERALES					
CG1 Analizar el hecho periodístico conforme a los procesos y tendencias actuales de los medios de comunicación.					
CG2 Valorar los datos relevantes para la formulación de juicios sobre temas de índole social, científica o ética.					
CG6 Demostrar las destrezas necesarias para trabajar en empresas y organizaciones periodísticas que demandan servicios de comunicación.					

COMPETENCIAS TRANSVERSALES

CT2 Producir trabajo en equipo como método de aprendizaje responsable y cooperativo.
CT3 Demostrar capacidad de innovación y autonomía en el desarrollo del trabajo profesional.
CT5 Crear una conciencia solidaria a través del respeto por las diferentes personas y culturas; la igualdad de oportunidades y la accesibilidad universal de las personas con discapacidad, así como una cultura de paz, los principios democráticos y el respeto por los derechos humanos.
CT7 Demostrar capacidad para liderar proyectos profesionales conforme a los principios de la responsabilidad social.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

CE2 Conocer los principios éticos y deontológicos del ejercicio periodístico y aplicarlos a la realidad profesional.

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 entretenimiento y de las comunicaciones comerciales. Ética y valores democráticos: igualdad, solidaridad, derechos personales y respeto a las minorías.

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.**

Contenidos del tema 3: La veracidad como requisito. La objetividad como objetivo. La función social de la información periodística. Cambios en el panorama Audiovisual.

Descripción de las actividades prácticas del tema 3: Reflexión crítica sobre la veracidad como principio esencial y la objetividad como meta en el tratamiento informativo, sobre casos reales.

Denominación del tema 4: **Pautas deontológicas para el periodismo digital.**

Contenidos del tema 4: Desafíos éticos en el periodismo digital.

La inteligencia Artificial y la Ética. Decálogo de pautas deontológicas. Retos de la utilización de la IA

Descripción de las actividades prácticas del tema 4: Análisis de los desafíos éticos del periodismo digital mediante el estudio del decálogo de pautas deontológicas y la reflexión crítica sobre el uso de la inteligencia artificial en la producción informativa.

Denominación del tema 5: **Ética y Deontología de la Publicidad Audiovisual.**

Contenidos del tema: La doble naturaleza del mensaje publicitario: Información y persuasión en un contexto de competencia empresarial. Los ilícitos publicitarios y otros conflictos éticos de carácter info-comercial. 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	18,15	8				1	0,15	10
2	18,15	8				1	0,15	10
3	28,15	11				1	0,15	16
4	25,15	10				1	0,15	15
5	25,15	11				1	0,15	15
1 Práctica	6,65						0,15	5,5
2 Práctica	6,65						0,15	5,5
3 Práctica	6,65						0,15	5,5
4 Práctica	6,65						0,15	5,5
5 Práctica	6,65						0,15	5,5
Evaluación	2	2					0,15	
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

- Análisis y resolución de problemas prácticos.
- Actividades de seguimiento del aprendizaje.
- Lecturas obligatorias.
- Discusión de contenidos en clase.
- Trabajos en grupo.
- Explicación en clase de los temas programados.

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

Modalidad de 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. El **examen final** tiene una validez de un **60%**. Dicho ejercicio consistirá en un examen teórico-práctico en un único bloque, con tiempo limitado de una hora y con un valor de 6 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 **IMPRESINDIBLE** 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.

2. Asistencia a clase y participación 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.

3. Consistirá en la elaboración de un **ensayo** durante una hora 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. Los trabajos prácticos obligatorios se expondrán en clase de manera oral, mediante un sistema de selección aleatoria y sin previo aviso. Esta dinámica tiene como finalidad evaluar el grado de conocimiento, asimilación y dominio que el estudiante posee sobre los contenidos desarrollados.

Modalidad de 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)

Básica:

Material entregado por la profesora y que será publicado en el Campus Virtual de la Universidad de Extremadura.

Complementaria

- Aranguren, J. L. (2001). *Ética*. Alianza.
- Arroyo, I. (2000). *Ética de la imagen*. Laberinto.
- Aznar, H. (1999). *Comunicación responsable: Deontología y autorregulación de los medios*. Ariel.
- Aznar, H. (2000). *Códigos éticos de publicidad y marketing*. Ariel.
- Aznar, H. (2005). *Ética de la comunicación y nuevos retos sociales: Códigos y recomendaciones para los medios*. Paidós.
- Aznar, H. (2000). *Ética y periodismo: Códigos, estatutos y otros documentos de autorregulación*. Paidós.
- Aznar, H. (2005). *La autorregulación de los medios*. Ariel.
- Blázquez, N. (1994). *Ética y medios de comunicación*. Biblioteca de Autores Cristianos.
- Blázquez, N. (2006). *Foro ético mundial y medios de comunicación*. Visión Net.
- Blázquez, N. (2002). *La nueva ética en los medios de comunicación: Problemas y dilemas de los informadores*. Biblioteca de Autores Cristianos.
- Bonete, E. (1999). *Ética de la comunicación audiovisual: Materiales para una ética mediática*. Tecnos.
- Bonete, E. (1995). *Éticas de la información y deontologías del periodismo*. Tecnos.
- Camacho, I. (2007). *Ética de la empresa*. Desclee de Brouwer.
- Catela, I. (2005). *Ética de la televisión: Consejos de sabios para la caja tonta*. Desclee de Brouwer.
- Cortina, A. (2015). *¿Para qué sirve realmente la ética?* Paidós.
- Cortina, A. (2024). *¿Ética o ideología de la inteligencia artificial?* Paidós.
- Echaniz, A. (2004). *Ética del profesional de la comunicación*. Desclee de Brouwer.
- García Fernández, F. (2007). *Ética e Internet: Manzanas y serpientes*. Rialp.
- Gordon, D. (1999). *Controversies in media ethics*. Longman.
- Jensen, J. (1997). *Ethical issues in the communication process*. Lawrence Erlbaum.
- López Hidalgo, A. (2005). *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.
- López Talavera, M. M. (2016). *Ética en los medios de comunicación: Prensa, radio, TV y cine*. Fragua.
- Méndiz Noguero, A. (2010). *Los valores en la publicidad: Un nuevo planteamiento ético y comercial*. IC-Media Net Publicaciones.
- Méndiz Noguero, A. (s. f.). *Una ética olvidada: Publicidad, valores y estilos de vida*. Dialnet. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2538172>
- Pérez Fuentes, J. C. (2004). *Ética periodística: Principios, códigos deontológicos y normas complementarias*. Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco.
- Ramos Fernández, F. (1996). *La ética del periodista*. Diputación de Pontevedra.

Redondo, M. (2018). *Verificación digital para periodistas: Manual contra bulos y desinformación internacional*. Editorial UOC.

Soto Ivars, J. (2017). *Arden las redes*. Debate.

Suárez Villegas, J. C. (2006). *Los límites éticos del espectáculo televisivo*. MAD.

Suárez Villegas, J. C. (2001). *Análisis ético de la información: Casos prácticos y documentos deontológicos*. MAD.

Suárez Villegas, J. C. (1999). *Medios de comunicación y autocontrol: Entre la ética y el derecho*. MAD.

Suárez Villegas, J. C., & Cruz Álvarez, J. (2016). *Desafíos éticos en el periodismo digital*. Dykinson.

Vázquez, F. (1991). *Ética y deontología de la información*. Paraninfo

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.