



UNAM

UNIVERSIDAD DEL
ATLÁNTICO MEDIO

Guía Docente

Ética y Responsabilidad Social

Grado en Comunicación

MODALIDAD PRESENCIAL

Curso Académico | 2024-2025 |

Índice

RESUMEN

DATOS DEL PROFESORADO

REQUISITOS PREVIOS

RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

CRONOGRAMA ORIENTATIVO DE LA ASIGNATURA

ACTIVIDADES FORMATIVAS

EVALUACIÓN

BIBLIOGRAFÍA

RESUMEN

Centro	Universidad del Atlántico Medio
Titulación	Comunicación
Asignatura	Ética y Responsabilidad Social
Materia	Ética
Carácter	Formación Básica
Curso	2º
Semestre	1
Créditos ECTS	6
Lengua de impartición	Castellano
Curso académico	2024-2025

DATOS DEL PROFESORADO

Responsable de Asignatura	Mónica Ramos Montesdeoca
Correo Electrónico	monica.ramos@atlanticomedio.es
Tutorías	De lunes a viernes bajo cita previa

REQUISITOS PREVIOS

Sin requisitos previos.

RESULTADOS DEL 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:

CG3

Comprender la evolución histórica del mundo moderno con especial hincapié en los hechos culturales, políticos y económicos que lo definen.

CG4

Capacidad de transmitir información, ideas, problemas y soluciones, tanto a audiencias expertas como no expertas en el ámbito de la comunicación.

CG5

Comprender la realidad política y los hechos informativos que definen la actualidad.

CG6

Saber innovar en los métodos de autoaprendizaje y autoevaluación, siguiendo criterios de calidad.

Competencias transversales:

No existen datos.

Competencias específicas:

CE1

Entender los elementos de la comunicación en los ámbitos periodístico, publicitario y audiovisual a partir de las competencias propias según cada disciplina.

CE4

Entender los principios, éticos, jurídicos y deontológicos inherentes al ejercicio de la profesión y saber aplicarlos en la práctica profesional.

CE11

Capacidad para reflexionar sobre el panorama del universo comunicativo actual, considerando los mensajes como fruto de una sociedad determinada, producto de las condiciones sociopolíticas y culturales de un momento histórico determinado.

Cuando el estudiante supere esta asignatura será capaz de:

- Capacidad para aplicar los principales códigos deontológicos de la profesión periodística y desarrollarse profesionalmente con arreglo a unos principios compartidos en las sociedades occidentales.

CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

- Ética y responsabilidad social
- Ética, sociedad y comunicación
- Deontología periodística
- La autorregulación
- Ética en la comunicación audiovisual, la publicidad y los medios digitales

Estos contenidos se desarrollarán por medio del siguiente programa:

TEMA 1 ETICA Y RESPONSABILIDAD SOCIAL

- 1.1 ¿De Dónde Surge La Ética? Planteamientos Históricos Del Concepto.
- 1.2 ¿Qué Es La Ética? Relación Entre Ética Y Moral
- 1.3 ¿Por Qué Resulta Importante La Ética De Aristóteles Hoy En Día?
- 1.4 Fuentes De La Ética. Hacia Una Ética Profesional
- 1.5 ¿Qué Es La Ética O Deontología Profesional? Diferencia Entre Ética Y Deontología Profesional.
- 1.6 ¿Por Qué Es Importante La Ética En Las Profesiones”
- 1.7. Definición De Ética Periodística Y De Ética De La Comunicación
- 1.8 Importancia Del Compromiso Ético De Los Periodistas Y De Los Comunicadores Audiovisuales
- 1.9 El Concepto De Responsabilidad Social.
- 1.10 El Respeto Por Las Personas. La Responsabilidad Social Con Las Personas.
- 1.11 Responsabilidad En El Trabajo Con El Medioambiente.
- 1.12 Honestidad En La Comunicación
- 1.13 Integridad Moral
- 1.14 Cultura Con Responsabilidad Social

TEMA 2 ÉTICA, SOCIEDAD Y COMUNICACIÓN

- 2.1 Comunicación E Información
- 2.2 Derecho Humanos
- 2.3 Derecho A La Información, Libertad De Prensa Y Libertad De Expresión.
- 2.4 Derecho A La Información Y Verdad
- 2.5 Derecho A La Información Y Minorías
- 2.6 Construcción De Una Ciudadanía Comunicativa
- 2.7 Principios Generales De Las Profesiones Aplicados A La Comunicación

TEMA 3 Deontología periodística

- 3.1 Derechos Del Periodista Y Del Comunicador Audiovisual
- 3.2 Deberes Del Periodista Y Del Comunicador Audiovisual
- 3.3 Principios Fundamentales De Ética Y Deontología Profesional Para Periodistas Y Comunicadores

TEMA 4 LA AUTORREGULACIÓN

- 4.1 Deficiencias Éticas De La Actual Comunicación
- 4.2 Funciones De Los Mecanismos De Autorregulación
- 4.3 Rasgos Fundamentales De Los Códigos Deontológicos En España.
- 4.4 Las Figuras De Control De Los Códigos Deontológicos

TEMA 5 ÉTICA EN LA COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL, LA PUBLICIDAD Y LOS MEDIOS DIGITALES

- 5.1 La Influencia Del Poder Y La Manipulación: El Caso De La Publicidad
- 5.2 Las Estrategias De Manipulación Mediática
- 5.3 La Ética De La Comunicación Y Las Nuevas Tecnologías
- 5.4 Ética Del Fotógrafo En Prensa
- 5.5 La Ética Del Emisor Televisivo
- 5.6 La Ética Del Emisor Cinematográfico
- 5.7. La Ética Del Emisor de Radio.

CRONOGRAMA ORIENTATIVO DE LA ASIGNATURA

Unidad 1.

Semanas 1-2.

Unidad 2.

Semanas 3-4.

Unidad 3.

Semanas 5-8.

Unidad 4.

Semanas 9-12.

Unidad 5.

Semanas 13-16.

RECOMENDACIONES

- Recomendación para realizar los casos prácticos del tema 3, semana 6.
- Recomendación para realizar los casos prácticos del tema 4, semana 10.
- Recomendación para realizar los casos prácticos del tema 5, semana 14.

ACTIVIDADES

Se realizará una visita a Radio Televisión Canaria donde darán una charla a los alumnos sobre cómo enfrentarse a situaciones que les van a suponer un desafío ético a la hora de comunicar una noticia. Esta salida tendrá una duración prevista de dos horas de un viernes (proyectado para noviembre)

Además, los alumnos recibirán la visita de Alberto Artilles, periodista y responsable de comunicación institucional en Cáritas en la que impartirá a los alumnos un seminario sobre ética periodística, en publicidad y como gestionar la responsabilidad social en un medio de comunicación. Este seminario tendrá una duración prevista de dos horas. (Proyectado para diciembre).

Nota: La distribución expuesta tiene un carácter general y orientativo, ajustándose a las características y circunstancias de cada curso académico y grupo clase.

METODOLOGÍA

Método expositivo. Lección magistral

Estudio individual

Resolución de problemas

Metodología por proyectos

Tutoría presencial (individual y/o grupal)

Heteroevaluación, autoevaluación y coevaluación

ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS
Clases expositivas	30
Sesiones de trabajo práctico	4
Proyectos y trabajos	4
Tutoría y seguimiento	6
Evaluación	6
Trabajo Autónomo del alumno	90
Estudio de casos	10

Las actividades formativas tienen un porcentaje de presencialidad del 100% a excepción del Trabajo Autónomo del Alumno.

||

EVALUACIÓN

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	PORCENTAJE CALIFICACIÓN FINAL
Asistencia y participación activa	10%
Realización de trabajos y prácticas	30%
Pruebas de evaluación teórico-prácticas	60%

Se aplicará el sistema de evaluación continua por asignatura donde se valorará de forma integral los resultados obtenidos por el estudiante mediante los procedimientos de evaluación indicados.

La evaluación es el reconocimiento del nivel de competencia adquirido por el estudiante y se expresa en calificaciones numéricas, de acuerdo con lo establecido en la legislación vigente.

- **Convocatoria ordinaria**

El sistema de evaluación ordinario comprenderá:

En la Convocatoria Ordinaria el alumno/a deberá aprobar tanto la parte del Examen teórico-práctico como el Trabajo de la asignatura, para poder realizar la media correspondiente, además de con la parte de Asistencia y Participación Activa (este último apartado se describe más adelante). Se indican a continuación en qué consisten el examen teórico-práctico y el trabajo final de la asignatura.

- ✓ El examen teórico-práctico: se realizarán dos parciales liberatorios para evaluar de forma continua la asignatura. Los exámenes podrán estar compuestos por preguntas cortas, preguntas tipo test en las que restarán las respuestas incorrectas y/o casos prácticos, en los que el alumno/a deberá mostrar la suficiente capacidad analítica, crítica y de toma de decisiones, basados en los conocimientos teóricos impartidos y adquiridos, como para considerar que tiene las competencias mínimas necesarias para superar la asignatura, demostrando a su vez que puede aplicarlos en la práctica en el mundo empresarial.

Se realizará un parcial liberatorio de la asignatura que incluirá los 3 primeros temas de la asignatura. La fecha aproximada se indica en la planificación de la asignatura. En la fecha del examen de la convocatoria oficial se realizará el 2º parcial (temas 4-5) para aquellos alumnos que hayan superado el primer parcial con una nota mínima de 5 puntos. Se superan los parciales si el alumno obtiene una nota mínima de 5

puntos en ambos exámenes. Si el alumno no supera el primer parcial de la asignatura en la fecha de la convocatoria ordinaria se examinará de la asignatura completa (Temas 1-5).

- ✓ Si no se supera la parte de “Pruebas de evaluación teórico-prácticas” en convocatoria ordinaria en la convocatoria extraordinaria el alumno se examinará de la asignatura completa (Temas 1-5).
- ✓ A comienzos del módulo se entregará a los alumnos las pautas de un trabajo grupal a realizar, consistente en la elaboración de un código deontológico y aspectos de la responsabilidad social para una empresa de comunicación audiovisual que elijan los alumnos, de acuerdo con el docente.

La empresa deberá ser propuesta al profesor y aprobada por éste para ser válida para la realización del trabajo en cuestión.

La Fecha de entrega del trabajo estará indicada en las Pautas del Trabajo, así como todos los demás requisitos y cuestiones a tener en cuenta para la correcta realización del mismo.

El Trabajo deberá ser entregado en el campus virtual en la tarea abierta por el docente en plazo y forma. Los trabajos entregados fuera de plazo se considerarán no entregados a efectos de la evaluación.

- Todos los trabajos entregados por el alumno durante el curso académico deben respetar el formato para la presentación de trabajos vigente en la Universidad.

Convocatoria extraordinaria y siguientes:

Cuando no se haya superado la asignatura en la Convocatoria Ordinaria se podrá acudir a la Convocatoria Extraordinaria.

A la Convocatoria Extraordinaria se podrá acudir con una sola de las partes suspendidas (Examen o Trabajo) o con ambas, ya que en esta Convocatoria sí se guardarán las notas de las partes aprobadas. Si el alumno no supera las pruebas de evaluación teórico-prácticas en la convocatoria ordinaria deberá realizar un examen en el que se incluyan todos los contenidos de la asignatura, independientemente de si tenía superado alguno de los parciales en la convocatoria ordinaria.

Tanto el Examen como el Trabajo serán distintos a los de las Convocatoria Ordinaria. Por lo tanto, si un Trabajo está suspendido no será posible presentar el mismo con las correcciones necesarias, sino realizar uno completamente nuevo y desde cero, siendo igualmente necesario el visto bueno del profesor respecto a la elección de este nuevo trabajo.

La evaluación en convocatoria extraordinaria será:

Para la convocatoria extraordinaria se utilizará el mismo sistema de evaluación que en la convocatoria ordinaria. Así, para calcular la nota final se utilizará la nota de la Prueba evaluación Teórico/Práctica que se realice en la convocatoria correspondiente y la nota de la Realización de Trabajos/Prácticas que se hubiese acumulado a lo largo de curso (Esta última nota se mantiene para la mencionada convocatoria).

Si un alumno suspende una de las partes (examen teórico-práctico/trabajo final asignatura) en convocatoria ordinaria y en extraordinaria, el alumno debe volver a cursar la asignatura completamente, ya que no ha adquirido las competencias de esta.

Todos los trabajos entregados por el alumno durante el curso académico deben respetar el formato para la presentación de trabajos vigente en la Universidad.

Sistemas de evaluación

El sistema de calificaciones (R.D. 1125/2003, de 5 de septiembre) será:

0 – 4,9 Suspenso (SS)

5,0 – 6,9 Aprobado (AP)

7,0 – 8,9 Notable (NT)

9,0 – 10 Sobresaliente (SB)

La mención de “matrícula de honor” podrá ser otorgada a alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0. Se podrá conceder una matrícula por cada 20 alumnos o fracción.

Criterios de Calificación

Se aplicará el sistema de evaluación continua, donde se valorará de forma integral los resultados obtenidos por el estudiante, mediante los criterios de evaluación indicados, siempre que, el alumno haya asistido, como mínimo, **al 80% de las clases.**

En el caso de que los alumnos asistan a clase en un porcentaje inferior al 80%, el alumno no podrá presentarse a la convocatoria ordinaria.

Si el alumno no se presenta al examen en convocatoria oficial, figurará como “No Presentado” en actas.

Si el alumno no aprueba el examen de la asignatura, en actas aparecerá el porcentaje correspondiente a la calificación obtenida en la prueba.

Los alumnos podrán examinarse en convocatoria extraordinaria atendiendo al mismo sistema de evaluación de la convocatoria ordinaria.

El criterio de calificación general consiste en que cada tarea se valora con una calificación de 0 a 10. Para obtener la nota media final se debe superar con una nota mínima de 5 cada una de las partes que componen la evaluación.

La nota de los trabajos desarrollados durante el curso se guardará para el resto de las convocatorias asociadas al presente proyecto docente.

BIBLIOGRAFÍA

Básica

- Aznar Gómez, H. y Mercado Saez, MT. (2023). Ética y autorregulación de la comunicación social. Madrid, ESPAÑA: Editorial TECNOS.
- López, T. M. D. M. (2016). Ética en los medios de comunicación: prensa, radio, TV y cine, con recopilación de casos prácticos. Barcelona, ESPAÑA: Editorial UOC. Retrieved from <http://www.ebrary.com>
- Echaniz, A., & Pagola, J. (2010). Ética del profesional de la comunicación. Bilbao, ES: Editorial Desclée de Brouwer. Retrieved from <http://www.ebrary.com>

Complementaria

- Barrio-Fraile, E., & Enrique-Jiménez, A. M. (2021). The strategic value of corporate social responsibility CSR: the present and future of its management. *Profesional de la información*, 30(3).
- Barroso, M. B. (2021). La comunicación en organizaciones sostenibles como objeto de estudio: estado del arte y principales antecedentes. *Interacciones*, 1(1).
- Castaño-Ramírez, A. D., & Arias-Sánchez, S. (2021). Efecto de la responsabilidad social corporativa en la reputación de las organizaciones: una revisión sistemática. *Revista Universidad y Empresa*, 23(40), 122-146.
- Díaz Campo, J., & Berzosa, J. (2020). Responsabilidad social corporativa en empresas audiovisuales españolas. Análisis de RTVE, Atresmedia y Mediaset. *Revista de Comunicación*, 19(1), 93-108.
- Martínez, H. (2010). Responsabilidad social y ética empresarial. Bogotá, CO: Ecoe Ediciones. Retrieved from <http://www.ebrary.com>
- Sinópoli, D. (2010). Ética periodística: ensayos sobre responsabilidad social. Buenos Aires, AR: Ugerman Editor. Retrieved from <http://www.ebrary.com>
- Singla, C. (2010). La ética informativa vista por los ciudadanos: contraste de opiniones entre los periodistas y el público. Barcelona, ES: Editorial UOC. Retrieved from <http://www.ebrary.com>
- Zeler, I., Oliveira, A., & Triano Morales, R. (2022). Responsabilidad Social Corporativa y crisis sanitaria de la Covid-19: la comunicación de las empresas energéticas españolas en Twitter. *Revista de Comunicación*, 21(1), 451-468.