



Màster Universitari en Comunicació Social

PLA DOCENT D'ASSIGNATURA

Títol de l'assignatura: Ètica i Comunicació

Codi de l'assignatura: 31761

Trimestre: Segon

Tipus: Optativa

Nombre de crèdits: 5 ECTS

Llengua o llengües de la docència:

Dr. Marcel Mauri de los Rios, impartirà la docència en català

Professor/s responsable/s: Marcel Mauri de los Rios

1. Presentació de l'assignatura

Aquesta assignatura s'emmarca dins del bloc de tendències de la investigació en comunicació del màster universitari en Comunicació Social. Té com a objectiu tractar els diferents aspectes de l'ètica de la comunicació des d'una perspectiva eclèctica, entès això en diferents sentits.

D'una banda, no es parteix de cap fonamentació de l'ètica de caràcter absolut. No tindrà, doncs, una base moral en cap sistema de creences monolític, sinó que tractarà d'explicar i de tenir en compte les diferents formes de fonamentar les conductes professionals de la comunicació. D'altra banda, l'assignatura serà oberta en el sentit de tenir present el bagatge deontològic de les diferents modalitats típiques del món de la comunicació: el periodisme, la publicitat, les relacions públiques i l'entreteniment.

L'assignatura tindrà dues parts diferenciades: en la primera, es farà una aproximació teòrica als conceptes bàsics de l'ètica de la comunicació en la societat contemporània. A la segona, s'exploraran diferents metodologies pròpies de la investigació en comunicació (quantitatives i qualitatives) que s'utilitzen en l'actualitat en la investigació sobre ètica i comunicació.



2. Competències que s'han d'assolir

2.1 Competències específiques

Dominar els mètodes i les tècniques de recerca de les ciències socials i humanes aplicades a objectes nous en el camp de la comunicació, mitjançant la recollida i l'anàlisi sistemàtica de dades.

Formular els judicis crítics sobre les diverses metodologies i enfocaments de la comunicació a partir dels coneixements adquirits.

Argumentar i defensar el treball de recerca, mostrant que les investigacions són originals i que compleixen els requisits de l'ètica acadèmica.

Avaluar amb arguments científics la certesa de les conclusions pròpies i alienes, a través de la participació en discussions i seminaris, presentació de treballs en grup... Per a això fem servir criteris de rigor científic i metodològic, des de la correcta elecció i enfocament del tema fins al disseny de la pròpia investigació, passant per l'objecte d'estudi, els objectius, les preguntes de recerca i l'elecció de les tècniques concretes de recerca en funció dels criteris anteriors.

Actualitzar constantment l'estat de la qüestió dels camps de recerca (coneixement) en els quals els grups del Departament de Comunicació de la UPF investiguen, i en el marc dels quals l'estudiant haurà de desenvolupar la seva pròpia carrera investigadora.

2.2 Competències pròpies

1. Conèixer i analitzar els valors i les normes característiques d'una ètica de la comunicació.
2. Posar en relació aquests valors i normes amb la regulació legal de les mateixes matèries.
3. Conèixer els principals ítems de l'ètica de la comunicació en l'actualitat.
4. Demostrar la capacitat de formular judicis crítics sobre el comportament ètic dels mitjans i aplicar les normes d'autoregulació en els estudis de cas.



5. Conèixer i ser capaç d'aplicar les diferents metodologies i tècniques d'investigació pròpies de la comunicació adaptades a la investigació sobre ètica.

3. Continguts

Tema 1. Ètica de la comunicació i ètica de la informació. Fonamentació de les deontologies professionals. Evolució històrica de l'ètica de la comunicació i de les seves metodologies d'anàlisi.

Tema 2. Ètica i dret. La informació entesa com un dret humà. El concepte del bé comú. La investigació sobre els límits entre la regulació i l'autoregulació. Comunicació i servei públic. La persuasió en comunicació. Els límits ètics entre ficció i realitat.

Tema 3. Principals mecanismes 'clàssics' de l'autoregulació en comunicació. La transparència i el retiment de comptes en la comunicació. Noves tendències en autoregulació i interacció amb el públic (web 2.0). Mètodes de recerca i d'anàlisi d'aquests instruments tradicionals i moderns.

Tema 4. Tècniques d'investigació quantitatives i qualitatives en comunicació aplicades a l'estudi de l'ètica de la comunicació. El tesaurus dels valors 'clàssics': veritat, justícia, llibertat i responsabilitat. L'estudi del seguiment ètic dels valors per part de professionals i ciutadans.

4. Avaluació

Sistemes d'avaluació	Ponderació %
Treball grupal	20%
Participació en discussions i seminaris	30%
Treball i presentacions individuals	50%
TOTAL	100

Treball i presentacions individuals (50%)

En aquest apartat s'inclouen el treball i les exposicions individuals fetes a classe sobre l'estudi i la investigació dels diferents mecanismes d'autoregulació professional tradicionals i també innovadors. També s'avaluen les exposicions fetes a classe sobre els



estudis de cas dels quals s'haurà de lliurar per escrit una memòria justificativa.

Participació en discussions i seminaris (30%)

Es tindrà en compte especialment la participació activa en les sessions de seminari presencials. Es valoraran les aportacions que els estudiants facin en els estudis de cas.

Treballs en grup (20%)

En aquest apartat s'avalua el treball final per grups de tres persones en què s'haurà d'elaborar i de presentar un mapa web a escala global sobre ètica de la comunicació.

5. Bibliografia i recursos didàctics

5.1. Bibliografia bàsica

ALSIUS, Salvador. *Ètica i periodisme*. Barcelona: Pòrtic, 1998.

AZNAR, Hugo. *Ética de la comunicación y nuevos retos sociales. Códigos y recomendaciones para los medios*. Barcelona: Paidós, 2005.

EBERWEIN, T.; FENGLER, S.; LAUK, E.; LEPPIK (eds.). *Mapping Media-Accountability in Europe and Beyond*. Köln: Herbert Von Halem Verlag, 2010.

WILKINS, L.; CHRISTIANS, C. G. *The Handbook of Mass Media Ethics*. Nova York: Routledge, 2009.

5.2. Bibliografia complementària

ALSIUS, Salvador. *Codis ètics del periodisme televisiu*. Barcelona: Pòrtic, 1999.

BAKER S.; MARTINSON, D. L. "The TARES Test: Five principles for Ethical Persuasion", a *Journal of Mass Media Ethics*, 16, 2001. Pàg. 148-175.

BOOTH, WAYNE C. *Las compañías que elegimos: una ética de la ficción*. Mèxic: Fondo de Cultura Económica, 2005.



BETTETINI, Gianfranco; FUMAGALLI, Armando. *Lo que queda de los medios. Ideas para una ética de la comunicación*. Eunsa: Barañáin (Navarra), 2001.

CODINA, Mónica (ed.). *De la ética desprotegida. Ensayos sobre deontología de la comunicación*. Pamplona: Eunsa, 2001.

CONILL, Jesús; GOZÁLVEZ, Vicent (eds.). *Ética de los medios. Una apuesta por la ciudadanía audiovisual*. Barcelona: Gedisa, 2004.

COSTA, Joan. *Reinventar la publicidad. Reflexiones desde las ciencias sociales*. Madrid: Fundesco, 1992.

D. A. *Ethical values of journalists*. Col. Lexikon. Generalitat de Catalunya, 2010.

DURANDIN, Guy. *La mentira en la propaganda política y en la publicidad*. Barcelona: Paidós, 1990.

European Advertising Standards Alliance (EASA). *La guía de autorregulación de EASA*. Brussel·les: EASA, 1997.

European Advertising Tripartite (EAT). *Advertising and Self-Regulation*. Bruselas: EAT. (1992).

FUNDACIÓN COSO. *La ética y el derecho de la información en los tiempos del postperiodismo*. València. Fundación COSO, 2007. [Publicació de les aportacions al congrés celebrat amb el mateix títol].

KEEBLE, Richard. *Ethics for journalists*. Londres / Nova York: Routledge, 2009

LEMA, D.; CARLOS i GÓMEZ, J. *Código de publicidad*. Madrid: Marcial Pons, 1995.

MESSINA, A. "Public Relations, the Public Interest and Persuasion: an Ethical Approach", a *Journal of Communication Management*, vol. 11, 1. 2007. Pàg. 29-52.

PÉREZ FUENTES, Juan Carlos. *Ética periodística. Principios, códigos deontológicos y normas complementarias*. Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco, 2004.



Plaisance, P. L. *Media Ethics. Key Principles for Responsible Practice*. Thousand Oaks, Califòrnia: Sage, 2009.

PRATKANIS, A. R.; ARONSON, E. *Age of Propaganda. The Everyday Use and Abuse of Persuasion*. Nova York: Henry Holt and Company, 2001.

REARDON, K. K. *La persuasión en la comunicación: teoría y contexto*. Mèxic: Paidós, 1991.

SANTAELLA, Manuel. *El nuevo derecho de la publicidad*. Madrid: Civitas, 1989.

SUÁREZ VILLEGAS, Juan Carlos (ed.). *Medios de comunicación y autocontrol. Entre la ética y el derecho*. Alcalá de Guadaira (Sevilla): MAD, 1999.

WELLS, W.; BURNETT, J.; MORIARTY, S. *Publicidad: principios y prácticas*. Mèxic: Ed. Prentice Hall, 1996.

YANESA, Rafael. "Límites éticos del mensaje persuasivo", a *Zer*, 20, 2006. Pàg. 57-69.

5.3 Recursos didàctics

International Journalists' Network. Dóna moltes referències sobre el periodisme a tot el món, amb especial atenció a les qüestions ètiques de la professió i als codis deontològics. <http://www.icfj.org/>
[consultat l'abril del 2013]

Una pàgina específica creada i mantinguda a la Universitat de Wisconsin:
http://www.journalismethics.ca/global_journalism_ethics/index.htm
[consultat l'abril del 2013]

Una revista que està a l'abast en línia: Media&Ethics Magazine:
<http://www.mediaethicsmagazine.com/> [consultat l'abril del 2013]

Ethics on the World Wide Web. Una pàgina amb enllaços per trobar-hi codis d'ètica periodística de tot el món, gràcies a la feina de l'School of Communications at California State University, Fullerton.



<http://commfaculty.fullerton.edu/lester/ethics/codes.html> [consultat l'abril del 2013]

Organització Mundial de Defensors dels Lectors (o dels Espectadors) ONO. <http://www.infi.net/ono/> [consultat l'abril del 2013]

Consell de la Informació de Catalunya. Pàgina on es recull la història i les activitats de l'entitat que vetlla pel compliment del Codi Deontològic dels Periodistes Catalans. www.periodistes.org/fcic [consultat l'abril del 2013]

Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC). Informació sobre aquest organisme i accés als documents d'autoregulació en l'àmbit de la comunicació audiovisual. www.gencat.es/cac [consultat l'abril del 2013]

Col·legi Professional de l'Audiovisual de Catalunya. Pàgina web d'aquest col·legi de recent creació. A l'apartat de documents es pot consultar el seu codi de bones pràctiques, base d'un futur codi ètic dels professionals de l'audiovisual. www.cpac.cat [consultat l'abril del 2013]

Pàgines d'algunes associacions professionals de la premsa a Espanya. Cantàbria: <http://www.aprensa-cantabria.org/> Sevilla: <http://www.asociacionprensa.org/> Madrid: <http://www.apmadrid.es/> [consultat l'abril del 2013]

Una web per als professionals de la comunicació iberoamericans. Articles, recensions, notícies. <http://www.saladeprensa.org/> [consultat l'abril del 2013]

Asociación de Usuarios de la Comunicación. Inclou informes sobre Internet, menors, televisió, violència i mitjans, etc., a més de les diferents actuacions i demandes cursades per l'associació. www.auc.es [consultat l'abril del 2013]

Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial (Autocontrol). Recull, entre altres documents, un bon nombre de codis d'autoregulació de la publicitat. www.aap.es [consultat l'abril del 2013]

Llibres i altres referències bibliogràfiques actualitzades periòdicament sobre ètica i deontologia de la comunicació.



<http://www.ethicsweb.ca/books/index-media.htm> [consultat l'abril del 2013]

Una altra visió de la publicitat i de la moderna societat de consum. www.adbusters.com [consultat l'abril del 2013]

La pàgina web del grup de recerca: www.eticaperiodistica.org [consultat l'abril del 2013]

Així mateix, es farà un seguiment acurat de publicacions clau de la matèria:

Journal of Mass Media Ethics, tant en versió digital com en versió paper (disponible a la biblioteca del campus).

6. Metodologia

L'assignatura comprèn les formes d'aprenentatge següents:

- Sessions de classe expositives basades en l'explicació del professor.
- Seminaris de presentació i discussió a classe d'avenços en els treballs de recerca individuals i/o en grup.
- Tutories presencials, eventualment completades amb suport telemàtic com correu electrònic i recursos de la intranet de la UPF.
- Estudi de casos perquè l'estudiant aprofundeixi en els conceptes explicats a les classes i als seminaris mitjançant la seva aplicació a dades reals.

El curs s'organitzarà en:

- Activitats a l'aula: on es combinaran les exposicions del professor amb l'estudi de cas i les presentacions dels estudiants.
- Activitats fora de l'aula: que inclouen els treballs en grup, la preparació dels treballs individuals i les tutories de seguiment dels treballs de recerca i anàlisi dels alumnes.

7. Programació d'activitats

SETMANA 1	
<i>Activitats a l'aula</i>	<i>Activitats fora de l'aula</i>
Presentació i introducció Tema 1. Aproximació teòrica a l'ètica de la comunicació i la deontologia - Exposició del tema - Debat en seminari	Lectures
SETMANA 2	
<i>Activitats a l'aula</i>	<i>Activitats fora de l'aula</i>
Tema 1. Aproximació teòrica a l'ètica de la comunicació i la deontologia - Exposició del tema - Anàlisi per grups de la proposta metodològica de classificació deontològica - Debat en seminari	Lectures
SETMANA 3	
<i>Activitats a l'aula</i>	<i>Activitats fora de l'aula</i>
Tema 2. Ètica i dret - Exposició del tema - Debat en seminari - Preparació per grups del seminari següent	Lectures. Preparació de presentacions per grups
SETMANA 4	
<i>Activitats a l'aula</i>	<i>Activitats fora de l'aula</i>
Tema 3. Autoregulació vs. regulació. Instruments tradicionals i metodologies de recerca i anàlisi	Lectures. Preparació de presentacions per grups



<ul style="list-style-type: none">- Exposició del tema- Treball per grups: elaboració i presentació d'un mapatge dels instruments- Debat en seminari	
SETMANA 5	
<i>Activitats a l'aula</i>	<i>Activitats fora de l'aula</i>
Tema 3. Autoregulació vs. regulació. Instruments innovadors i metodologies de recerca i anàlisi <ul style="list-style-type: none">- Exposició del tema- Treball per grups: elaboració i presentació d'un mapatge dels instruments- Debat en seminari	Lectures. Preparació de presentacions per grups
SETMANA 6	
<i>Activitats a l'aula</i>	<i>Activitats fora de l'aula</i>
Tema 4. El principi de veracitat i les seves metodologies d'anàlisi <ul style="list-style-type: none">- Exposicions individuals- Estudi de cas- Debat en seminari	Lectures. Preparació de presentacions per grups
SETMANA 7	
<i>Activitats a l'aula</i>	<i>Activitats fora de l'aula</i>
Tema 4. El principi de llibertat i les seves metodologies d'anàlisi <ul style="list-style-type: none">- Exposicions individuals- Estudi de cas- Debat en seminari	Lectures. Preparació de presentacions per grups
SETMANA 8	
<i>Activitats a l'aula</i>	<i>Activitats fora de l'aula</i>
Tema 4. El principi de justícia i les seves metodologies d'anàlisi <ul style="list-style-type: none">- Exposicions individuals	Lectures. Preparació de presentacions per grups



- Estudi de cas - Debat en seminari	
SETMANA 9	
<i>Activitats a l'aula</i>	<i>Activitats fora de l'aula</i>
Tema 4. El principi de responsabilitat i les seves metodologies d'anàlisi - Exposicions individuals - Estudi de cas - Debat en seminari	Lectures. Preparació de presentacions per grups
SETMANA 10	
<i>Activitats a l'aula</i>	<i>Activitats fora de l'aula</i>
Tema 4. La percepció professional i ciutadana dels valors ètics - Anàlisi de les propostes metodològiques - Estudi de cas - Debat en seminari	Preparació de l'estudi de cas