

Guía docente de la asignatura

Políticas, Gestión y Marco Jurídico de la Comunicación en Entornos Digitales

Fecha última actualización: 03/07/2021
Fecha de aprobación por la Comisión Académica: 20/07/2021

Máster

Máster Universitario en Nuevos Medios Interactivos y Periodismo Multimedia

MÓDULO

Módulo 1: Fundamentos Teóricos y Metodológicos de la Investigación Audiovisual y Multimedia

RAMA

Ciencias Sociales y Jurídicas

CENTRO RESPONSABLE DEL TÍTULO

Escuela Internacional de Posgrado

Semestre

Primero

Créditos

3

Tipo

Obligatorio

Tipo de enseñanza

Presencial

BREVE DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS (Según memoria de verificación del Máster)

- 1. Libertad de expresión y censura: regulación y control de materiales informativos en el entorno digital. 1.1 Enfoques para el control de contenidos (legal, tecnológico, autorregulación). 1.2 Iniciativas para su estudio, investigación y control (Opennet Initiative, RSF)
- 2. Los derechos de autor de la información digital. 2.1 Problemas planteados por el entorno digital y soluciones para resolverlos (legal, tecnológica, contractual), 2.2. Límites de los derechos de autor que favorecen a los medios de comunicación, 2.3 Modelos alternativos (copyleft)
- 3. Derechos fundamentales y la protección de datos de carácter personal en Internet: Régimen jurídico administrativo.
- 4. Derecho Administrativo de la Publicidad. Intervención administrativa en la actividad publicitaria. El control del contenido. La actividad publicitaria según el medio. La comunicación por Internet. La publicidad telemática y el régimen jurídico aplicable. El problema del control normativo de la comunicación telemática (en origen o en destino).

COMPETENCIAS

COMPETENCIAS BÁSICAS



- CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.
- CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.
- CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.
- CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.
- CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

COMPETENCIAS GENERALES

- CG01 - Exponer de forma adecuada los resultados de una investigación de manera oral o por medios audiovisuales o informáticos conforme a los principios disciplinares básicos de las ciencias de la comunicación.
- CG02 - Apreciar el papel, trascendencia, proyección y consecuencias en los terrenos individual, social, cultural y político de la comunicación no sólo como práctica profesional, sino como dimensión transversal propia de las sociedades contemporáneas.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

- CE04 - Comprender y ser capaz de aplicar las diferentes soluciones (legal, tecnológica y contractual) para regular los derechos de autor de las obras digitales.
- CE05 - Conocer las características de la publicidad a través de internet para analizar la complejidad del marco normativo aplicable.

COMPETENCIAS TRANSVERSALES

- CT05 - Utilizar los principios y valores constitucionales como herramientas de trabajo en el desempeño de actividades comunicativas.
- CT07 - Reconocer los principales cambios que la institucionalización de Internet como medio masivo de comunicación conlleva para el periodismo multimedia y la comunicación audiovisual en medios interactivos.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE (Objetivos)

- Entender las nuevas formas de censura y control de contenidos en el entorno digital, promoviendo una conducta ética y una formación deontológica que oriente el quehacer de los alumnos como profesionales de la información y la comunicación con arreglo al compromiso cívico derivado de la comunicación social como bien público.
- Ser capaz de analizar la legislación en materia de protección de datos para su comprensión y aplicación práctica contribuyendo a garantizar principios y valores constitucionales como herramientas de trabajo en el desempeño de actividades



comunicativas.

PROGRAMA DE CONTENIDOS TEÓRICOS Y PRÁCTICOS

TEÓRICO

- Tema 1. Libertad de expresión y censura en el entorno digital
 - 1.1 Regulación y control de materiales informativos en el entorno digital
 - 1.2 Enfoques para el control de contenidos e iniciativas para su estudio y análisis
 - 1.3 Acceso a la información pública
- Tema 2. Los derechos de autor de la información digital
 - 2.1 Problemas planteados por el entorno digital y soluciones para resolverlos (legal, tecnológica, contractual)
 - 2.2 Límites de los derechos de autor que favorecen a los medios de comunicación
 - 2.3 Modelos alternativos (copyleft).
- Tema 3. La protección de datos en Internet
 - 3.1. Introducción
 - 3.2. Régimen jurídico administrativo
 - 3.3. Garantías.
- Tema 4. Derecho Administrativo de la Publicidad
 - 4.1. Intervención administrativa en la actividad publicitaria. El control del contenido
 - 4.2. La actividad publicitaria según el medio. La comunicación por Internet. La publicidad telemática y el régimen jurídico aplicable
 - 4.3. El problema del control normativo de la comunicación telemática.

PRÁCTICO

- Análisis de textos básicos de políticas de información
- Estudios de casos de conflictos entre la libertad de información y otros derechos fundamentales
- Análisis de casos en los que se contraponen los derechos de autor y el libre acceso a las obras intelectuales
- Análisis de casos en los que se plantea el conflicto entre el derecho a la protección de los datos personales y la libertad de expresión o el derecho a la información.
- Estudio práctico sobre la publicidad en redes sociales.

BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA FUNDAMENTAL

Corredoira, L. & Cotino, L., eds. (2013). Libertad de expresión e información en Internet: amenazas y protección de los derechos personales. Madrid: Centro de Estudios Políticos y Constitucionales.

Cotino, L., ed. (2011). Libertades de expresión e información en Internet y las redes sociales: ejercicio, amenazas y garantías. Valencia: Universidad de Valencia, <http://www.uv.es/cotino/elibertades2010.pdf>



- Encabo, M.A., ed. (2013). Periodismo y derecho de autor. Madrid: Reus.
- Gavara, J.C., ed. (2014). El control de los cybermedios. Barcelona: Bosch.
- Guichot, E., ed. (2013). Derecho de la comunicación. Madrid: Iustel.
- Lessig, L. (2006). The code (version 2.0). New York: Basic Books. Versión en español: <http://www.traficantes.net/libros/el-codigo-20>
- Linde, E., Vidal, J.M. & Medina, S. (2013). Derecho audiovisual. Madrid: COLEX.
- Rozados Oliva, M. J. (2009). Derecho Administrativo de la Publicidad. Valencia: Tirant Lo Blanch.
- Torres López, M.A., Souvirón Morenilla, J.M. y Rozados Oliva, M.J. (2014). Elementos para el estudio del derecho de la comunicación. Madrid: Tecnos.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

- Cooke, L. (2007). Controlling the net: European approaches to content and access regulation. *Journal of Information Science*, 33(3), 360-376.
- De Miguel Asensio, P.A. (2017). Restricciones nacionales a la publicidad en Internet y Derecho de la Unión. *La Ley Unión Europea*, 49, 1-6.
- Fernández Viagas, P. (2015). Inquisidores 2.0: el sueño del robot o el fraude de la libertad de información. Córdoba: Almuzara.
- Lessig, L. (2004). Free culture. Versión en español: <http://cyber.law.harvard.edu/blogs/gems/ion/Culturalibre.pdf>
- López Jiménez, D. (2013). La publicidad en Internet. Regulación y autorregulación. Pamplona: Aranzadi.
- Martínez Martínez, R. (2020). Los tratamientos de datos personales en la crisis del COVID-19. Un enfoque desde la salud pública. *Diario La Ley*, nº 9604.
- Morozov, E. (2012). El desengaño de internet: los mitos de la libertad en la red. Barcelona: Destino.
- Oppenheim, C. (2012). The no-nonsense guide to legal issues in web 2.0 and cloud computing. London: Facet Publishing.
- Pedley, P. (2012). The e-copyright handbook. London: Facet Publishing.
- Piñar Mañas, J.L., dir. (2016). Reglamento general de protección de datos. Hacia un nuevo modelo europeo de privacidad, Madrid: Reus,
- Rozados Oliva, M.J. (2014). Limitaciones formales en materia de publicidad audiovisual. En: Balaguer Callejón, F. y Arana García, E. (eds.). Libro Homenaje al Profesor Rafael Barranco Vela, vol. II, Thomson Reuters-Civitas.
- UNESCO (2013). Libertad de expresión. Caja de herramientas: guía para estudiantes. Paris: Unesco . <http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/FIELD/Quito/pdf/222792s.pdf>



METODOLOGÍA DOCENTE

- MD01 Lección magistral/expositiva
- MD03 Resolución de problemas y estudio de casos prácticos
- MD07 Análisis de fuentes y documentos
- MD08 Realización de trabajos de producción y realización audiovisual en grupo
- MD09 Realización de trabajos de escritura de guiones, fotografía, montaje individuales
- MD14 Seguimiento y tutorización de ejercicios y foros online (plataforma Prado2)

EVALUACIÓN (instrumentos de evaluación, criterios de evaluación y porcentaje sobre la calificación final)

EVALUACIÓN ORDINARIA

El artículo 17 de la Normativa de Evaluación y Calificación de los Estudiantes de la Universidad de Granada establece que la convocatoria ordinaria estará basada preferentemente en la evaluación continua del estudiante, excepto para quienes se les haya reconocido el derecho a la evaluación única final.

- Trabajo monográfico individual (60%)
- Presentaciones y debates en clase (30%)
- Aportaciones del alumno en sesiones de discusión y ejercicios online (10%).

EVALUACIÓN EXTRAORDINARIA

El artículo 19 de la Normativa de Evaluación y Calificación de los Estudiantes de la Universidad de Granada establece que los estudiantes que no hayan superado la asignatura en la convocatoria ordinaria dispondrán de una convocatoria extraordinaria. A ella podrán concurrir todos los estudiantes, con independencia de haber seguido o no un proceso de evaluación continua. De esta forma, el estudiante que no haya realizado la evaluación continua tendrá la posibilidad de obtener el 100% de la calificación mediante la realización de una prueba y/o trabajo.

• El sistema de evaluación consistirá en la entrega de un trabajo de investigación teórico-práctica que computará por el 100% de la calificación. El/los estudiantes que deban hacer esta entrega deberán solicitar el enunciado de la misma con antelación suficiente.

EVALUACIÓN ÚNICA FINAL

El artículo 8 de la Normativa de Evaluación y Calificación de los Estudiantes de la Universidad de Granada establece que podrán acogerse a la evaluación única final, el estudiante que no pueda cumplir con el método de evaluación continua por causas justificadas. Para acogerse a la evaluación única final, el estudiante, en las dos primeras semanas de impartición de la asignatura o en las dos semanas siguientes a su matriculación si ésta se ha producido con posterioridad al inicio de las clases o por causa sobrevenidas. Lo solicitará, a través del procedimiento electrónico, a la Coordinación del Máster, quien dará traslado al profesorado correspondiente, alegando y acreditando las razones que le asisten para no poder seguir el sistema de evaluación continua.

- El sistema de evaluación consistirá en la entrega de un trabajo de investigación teórico-práctica que computará por el 100% de la calificación. El/los estudiantes que deban hacer esta entrega deberán solicitar el enunciado de la misma con antelación suficiente.

