

Guía docente

Derecho de la Comunicación

Grado, centro y curso académico

GRADO	Comunicación Digital
CENTRO	Centro Universitario San Isidoro, adscrito a la Universidad Pablo de Olavide de Sevilla
CURSO ACADÉMICO	2022-2023

SUMARIO

[1. DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA](#)

[2. RESPONSABLE DE LA ASIGNATURA](#)

[3. CONTEXTO](#)

[4. COMPETENCIAS QUE SE DESARROLLAN EN LA ASIGNATURA](#)

[5. CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA](#)

[6. METODOLOGÍA, ACTIVIDADES Y RECURSOS PARA EL APRENDIZAJE](#)

[7. CRITERIOS GENERALES DE EVALUACIÓN DE LA ASIGNATURA Y DE SUS COMPETENCIAS](#)

[8. BIBLIOGRAFÍA](#)

[9. CRONOGRAMA](#)

1. Descripción de la asignatura

DENOMINACIÓN OFICIAL	Derecho de la Comunicación
CÓDIGO IDENTIFICATIVO	403107
CURSO Y SEMESTRE	1º curso. II semestre
UBICACIÓN EN EL PLAN DE ESTUDIOS	Módulo I. Básico de ciencias sociales
CRÉDITOS ECTS	6
DEPARTAMENTO RESPONSABLE	Ciencias Sociales y de la Salud
CARÁCTER	FB (Formación Básica)
IDIOMA DE IMPARTICIÓN	Castellano
MODELO DE DOCENCIA	0
NÚMERO DE HORAS DE CLASE QUE SUPONE CADA ACTIVIDAD	- Enseñanzas Básicas (EB): 45 - Enseñanzas Prácticas y Desarrollo (EPD): 0 - Actividades Dirigidas (AD): 0

2. Profesor responsable

CATEGORÍA	Profesor Doctor
NOMBRE COMPLETO	Valentín Navarro Caro
EMAIL	vnavarro@centrosanisidoro.es

3. Contexto

Breve descripción de la asignatura

En la era de la sociedad de la información en la que estamos inmersos, la información condiciona e influye en el desarrollo de la vida social y política, y se convierte en una importante fuente de poder. El Derecho de la comunicación sienta sus bases en la importancia que tiene la información en la creación de una opinión pública informada, que resulta esencial para una participación democrática activa y enriquecedora.

A través de esta asignatura, se ofrece al alumnado un desarrollo del marco legal del Derecho de la Comunicación en un conjunto pormenorizado de temas que, de una u otra forma, le serán de interés en el desarrollo de su profesión.

Es necesario que el profesional de la comunicación sea consciente de la trascendencia de su trabajo, por lo que en esta asignatura se persigue que el alumnado conozcan las normas jurídicas que envuelven al mismo, en particular de las que regulan el derecho a expresarse libremente y a informar, pero también debe tomar conciencia de las limitaciones del ejercicio de tales derechos, tanto de las derivadas de la protección de otros derechos fundamentales, como de las que conlleva la necesaria protección del consumidor en el ámbito de la comunicación.

Por otra parte, la publicidad constituye una de las actividades más sobresalientes de nuestra sociedad y sus efectos influyen considerablemente en la vida de cada uno de los ciudadanos, así como en el desarrollo de la economía en todo el mundo. El incremento de la actividad publicitaria en los últimos años, la irrupción de internet y la influencia de las nuevas tecnologías han revolucionado la comunicación en general, y la actividad publicitaria en particular, cambiado nuestras propias vidas y nuestras formas de relacionarnos.

Esta asignatura pretende hacer comprensible a los futuros profesionales, cuáles son las fronteras jurídicas y éticas de su quehacer profesional, por ello se pretende capacitar al alumnado, para que sepan interpretar y evaluar las normas jurídicas y éticas, para un legítimo y responsable ejercicio de la profesión.

Asimismo, se persigue dotar al alumnado de las necesarias capacidades para expresarse con un lenguaje técnico elemental sobre cuestiones jurídicas, y buscar información jurídica y política que puedan necesitar para el ejercicio de su profesión.

Objetivos en términos de resultados del aprendizaje

Una vez cursada la asignatura el alumnado:

- Conoce los derechos y libertades de los ciudadanos y de sus garantías.,
- Es capaz de expresarse con un lenguaje técnico elemental sobre cuestiones jurídicas.,
- Conoce las instituciones y a las fuentes adecuadas en la búsqueda de información jurídica y política que puedan necesitar para el ejercicio de su profesión.,
- Conoce el significado de los conceptos fundamentales, teóricos y prácticos del Derecho de la Comunicación.,
- Conoce los derechos y límites fundamentales del ejercicio profesional del comunicador.,
- Conoce y saber interpretar la variada normativa europea y española sobre comunicación, las regulaciones de carácter especial y su incidencia en el ejercicio profesional.,
- Entiende el funcionamiento de la Administración en materia comunicativa.

Prerrequisitos

No procede

Recomendaciones previas a cursar la asignatura

Se recomienda leer y adquirir los conocimientos que se proporcionan a través de las unidades didácticas y bibliografía recomendada y del material complementario que se irá proporcionando al alumnado a lo largo del curso.

Aportaciones al plan formativo

La asignatura se imparte en el primer curso del Grado de Comunicación Digital, en el segundo semestre. Tiene el carácter de Básica, perteneciendo a la Rama de Ciencias Sociales y Jurídicas, y se incluye en la Materia Derecho.

4. Competencias que se desarrollan en la asignatura

a) 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.

b) Competencias generales

CG01. Capacidad para comprender y valorar la incidencia del entorno socioeconómico, político, jurídico y cultural en el desarrollo de los procesos comunicativos.,

CG02. Capacidad y habilidad para evaluar una situación y definir adecuadamente un problema o necesidad comunicativa desde la perspectiva de las ciencias sociales.,

CG03. Capacidad para utilizar los principios y valores constitucionales como herramienta de trabajo en el desempeño de actividades comunicativas, particularmente los derechos fundamentales y el principio de igualdad.,

CG06. Desarrollo de capacidades que permitan a los alumnos reflexionar sobre la comunicación, no solo como práctica profesional, sino también a propósito de su papel, trascendencia, proyección y consecuencias en los terrenos de lo individual, lo social, cultural y político.,

CG13. Capacidad para entender los mensajes de texto e icónicos de los medios de comunicación.,

CG17. Capacidad para comprender y valorar el marco jurídico de la información y de la comunicación en el que actúa el profesional de la comunicación.,

CG18. Capacidad para comprender y valorar las exigencias de la ética y deontología profesional, y los límites de la libertad de expresión que deben presidir el quehacer profesional del informador y del comunicador.

c) Competencias transversales

CT01. Organizar y planificar el trabajo de forma eficiente y motivadora.,

CT02. Utilizar las habilidades comunicativas y la crítica constructiva en el trabajo en equipo.,

CT05. Capacidad para el desarrollo de habilidades de trabajo en equipo para la consecución de un objetivo común y previo.,

CT07. Adquirir habilidades para liderar un equipo.,

CT09. Desarrollar razonada y críticamente ideas y argumentos.,

CT10. Localizar y gestionar documentación e información.,

CT11. Capacidad de adaptación a nuevas necesidades y cambios en el entorno tecnológico y empresarial.,

CT14. Aplicar la ética y la deontología y preocuparse por la calidad y el rigor.

d) Competencias específicas

No se contemplan.

5. Contenidos de la asignatura

1. LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN Y DE INFORMACIÓN

- 1.1. Introducción al derecho de la comunicación: concepto de derecho y clases
- 1.2. Origen de la libertad de expresión: Casos “Handyside”, “Sunday Times” y “Lingens”
- 1.3. La libertad de expresión: su progresiva configuración histórica
- 1.4. La libertad de expresión en la Constitución Española
- 1.5. La libertad de expresión y su doble dimensión constitucional
- 1.6. La libertad de expresión como medio de control político
- 1.7. La libertad de información
- 1.8. La crítica a las instituciones
- 1.9. La protección de los profesionales de la información: Derecho al secreto profesional y a la cláusula de conciencia

2. EL DERECHO AL HONOR, A LA INTIMIDAD PERSONAL Y FAMILIAR, Y A LA PROPIA IMAGEN

- 2.1. El derecho al honor
- 2.2. El derecho a la intimidad personal y familiar
- 2.3. El derecho a la propia imagen
- 2.4. El honor, la intimidad y la imagen de las personas jurídicas
- 2.5. La dignidad de las personas fallecidas

3. LOS LÍMITES DE LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN Y DE INFORMACIÓN

- 3.1. Los límites del artículo 20.4 CE: Honor, Intimidad e Imagen
- 3.2. La protección del menor y la juventud
- 3.3. La moral pública como límite
- 3.4. Revelación del secreto sumarial y el juicio oral
- 3.5. El peligro de los llamados “juicios paralelos”
- 3.6. Identidad de detenidos, interrogados y procesados judicialmente
- 3.7. Información sobre la muerte, el suicidio y sus causas
- 3.8. Otros límites específicos en lo audiovisual y fotoperiodismo.

4. PROTECCIÓN CIVIL Y PENAL EN LA DEFENSA DE LOS DERECHOS DE LA PERSONALIDAD Y OTROS DELITOS

- 4.1. Diferencias entre la protección civil y penal
- 4.2. Protección Civil del derecho al honor, a la intimidad personal y familiar y a la propia imagen. (Ley Orgánica de 5 de mayo de 1982)
- 4.3. Responsabilidad civil de los profesionales de la comunicación

- 4.4. Protección Penal. Delitos contra el honor: Injurias y Calumnias
- 4.5. Delitos contra la intimidad y el derecho a la propia imagen
- 4.6. Otros delitos relacionados con la actividad informativa
- 4.7. La responsabilidad penal del profesional de la información
- 4.8. El derecho de rectificación

5. LOS LÍMITES ÉTICOS Y JURÍDICOS DE LA PUBLICIDAD

- 5.1. Una aproximación a la industria publicitaria
- 5.2. La dimensión económica y social de la publicidad
- 5.3. La regulación de la comunicación publicitaria
- 5.4. El derecho a la publicidad en el ordenamiento jurídico español

6.LA DIMENSIÓN ÉTICA DE LA PUBLICIDAD

- 6.1. La autorregulación publicitaria
- 6.2. La autorregulación publicitaria en Europa
- 6.3. La autorregulación publicitaria en España: Autocontrol de la Publicidad
- 6.4. El Jurado de la Publicidad
- 6.5. Otros servicios que ofrece Autocontrol de la Publicidad

7. LA DIMENSIÓN LEGAL DE LA PUBLICIDAD

- 7.1. Principios básicos de la Ley General de Publicidad
- 7.2. Concepto de Publicidad
- 7.3.Publicidad ilícita:
 - Por atentar contra la dignidad de la persona y otros derechos constitucionales
 - Publicidad ilícita dirigida a menores
 - Publicidad ilícita por ser subliminal
 - Publicidad ilícita por infringir las leyes que regulan la publicidad de determinados productos, bienes, actividades o servicios
- 7.4. Publicidad ilícita por ser engañosa
- 7.5. Publicidad ilícita por ser desleal
- 7.6. Publicidad ilícita por ser agresiva

8. OTRAS LEYES Y ASPECTOS RELACIONADOS CON LA PUBLICIDAD

- 8.1. Comunicaciones comerciales prohibidas en la Ley General de Comunicación Audiovisual de 31 de marzo de 2010
- 8.2. El delito publicitario
- 8.3. Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y Garantía de los Derechos Digitales

8.4. Ley 34/2002 de 11 de julio de Servicios de la Sociedad de la Información y Comercio Electrónico.

8.5. Real Decreto Legislativo 1/2007 de 16 de noviembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General para la defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias.

8.6. Ley de Régimen Electoral General (Ley Orgánica 5/1985, de 19 de junio).

8.7. Ley de Competencia Desleal (Ley 3/1991, de 10 de Enero).

9. LA PROPIEDAD INTELECTUAL E INDUSTRIAL EN ESPAÑA

9.1. Introducción: Propiedad intelectual e industrial

9.2. Propiedad industrial

9.3. La Propiedad Intelectual

9.4. La Propiedad Intelectual en el ámbito digital

10. EL MERCADO DIGITAL. COMERCIO ELECTRÓNICO Y CIBERSEGURIDAD

10.1. Introducción al mercado digital

10.2. La publicidad en internet

10.3. Una aproximación al comercio electrónico

10.4. Clasificación de los delitos en internet

10.5. Una visión general de la realidad de la ciberseguridad

6. Metodología, actividades formativas y recursos para el aprendizaje

Las metodologías docentes quedarían divididas de acuerdo a las actividades formativas, según la Memoria de Verificación y atendiendo a la asignatura, en:

METODOLOGÍAS, ACTIVIDADES FORMATIVAS Y RECURSOS		HORAS	PRESENCIALIDAD
<p>Actividades Presenciales (AP)</p> <p>Clases magistrales/expositivas (AP), Realización de presentaciones en clase (AP), Ejemplificación y estudio de casos (AP), Debates (AP), Exposición de trabajos en grupo (AP).</p>	<p>Actividades Básicas (EB)</p> <p>Se imparten sobre el grupo completo y comprende la lección magistral del profesor, así como el análisis de supuestos, debates y proyección.</p> <p>El estudiantado dispondrá en su plataforma virtual de las unidades didácticas proporcionadas por el profesor responsable de la</p>	45	30%

	<p>asignatura, material complementario y bibliografía.</p>		
	<p>Enseñanzas de Prácticas y de Desarrollo (EPD) Se imparten sobre grupos reducidos y su contenido versa sobre prácticas y casos que faciliten la adquisición de competencias por parte del estudiantado. Se fija como objetivo incrementar el conocimiento práctico de la asignatura. El alumnado dispondrá en su plataforma virtual del material necesario para desarrollar estas EPD.</p>	0	
<p>Actividades Autónomas (AA) Preparación de trabajos de curso (AA), Estudio personal (AA), Búsqueda de recursos en biblioteca e Internet (AA), Comentario de texto (AA), Campus virtual (AA).</p>	<p>El alumnado realizará una serie de trabajos individuales y en grupo en los que se trabajarán los distintos contenidos de la asignatura. El alumnado dispondrá en su plataforma virtual del material necesario para desarrollar ampliar su conocimiento en estas actividades autónomas, contando con bibliografía y material complementario.</p>	90	0%
<p>Actividades de Evaluación (AE) Conjunto de pruebas orales, escritas, prácticas, proyectos y trabajos utilizados en la evaluación del progreso de cada estudiante (AE).</p>	<p>Se realizarán una serie de pruebas orales y/o escritas. Además se realizará un examen escrito teórico práctico al final del periodo.</p>	15	0%

7. Criterios generales de evaluación de la asignatura y de sus competencias

El sistema de evaluación se regirá conforme a lo establecido por la [Normativa de Evaluación de los Estudiantes de Grado de la Universidad Pablo de Olavide, de Sevilla, de 3 de junio de 2014.](#)

<p>1ª convocatoria ordinaria (convocatoria de curso)</p>	<ul style="list-style-type: none"> a) La calificación de la asignatura se rige por el principio de evaluación continua. b) Las calificaciones obtenidas en las distintas actividades de evaluación continua desarrolladas durante el periodo de docencia presencial se obtendrá sumando las calificaciones de las distintas actividades realizadas a lo largo de dicho periodo, las cuáles aparecen en el subapartado Sistemas de evaluación. c) La participación en clase se obtendrá sumando las calificaciones de las distintas actividades asociadas a este apartado y realizadas en clase a lo largo del periodo de docencia. d) La prueba objetiva de evaluación final tendrá la calificación descrita en el sistema de evaluación. e) La calificación de la asignatura será el resultado de sumar ponderadamente las notas anteriores.
<p>2ª convocatoria ordinaria (convocatoria de recuperación de curso)</p>	<ul style="list-style-type: none"> a) Si el/la estudiante superó con éxito las tareas desarrolladas durante el periodo de docencia, la prueba o pruebas de evaluación tendrán el mismo valor porcentual que en la convocatoria de curso, y la calificación final de la asignatura será el resultado de sumar las calificaciones obtenidas en las pruebas de evaluación continua con las obtenidas en la prueba o pruebas de evaluación de la convocatoria de recuperación de curso, respetando las ponderaciones que tengan. b) Las/los alumnas/os que no hayan seguido el proceso de evaluación continua o no superaron las pruebas de evaluación, en la prueba o pruebas de evaluación finales correspondiente a la convocatoria de recuperación de curso, se les evaluará del total de los conocimientos y competencias que figuran en la guía docente, a través del formato de prueba única. c) Las/los alumnas/os que no superen la asignatura en las convocatorias ordinarias de curso, deberán matricularse de nuevo de la asignatura y desarrollar la misma siguiendo el proceso de aprendizaje y evaluación (continua o prueba

	única) sin que quepa acudir a convocatoria extraordinaria, salvo lo dispuesto en el apartado siguiente.
Convocatoria extraordinaria	Esta convocatoria es la correspondiente al mes de noviembre, que se activa a petición del alumnado siempre y cuando esté matriculado en todas las asignaturas que le resten para finalizar sus estudios de Grado, tal y como establece la Normativa de Progreso y Permanencia de la Universidad Pablo de Olavide, de Sevilla, así como la Normativa de Evaluación del alumnado de Grado de dicha Universidad. Se evaluará del total de los conocimientos y competencias que figuren en la guía docente del curso anterior, de modo que permita obtener el 100% de la calificación correspondiente a la asignatura.

Las/los estudiantes inmersos en un programa de movilidad o en un programa de deportistas de alto nivel, así como los afectados por razones laborales, de salud grave o por causas de fuerza mayor debidamente acreditadas, tendrán derecho a que en la convocatoria de curso se les evalúe mediante un sistema de evaluación de prueba única. Para ello, deberán comunicar la circunstancia al profesor responsable de la asignatura antes del fin del periodo de docencia presencial.

La evaluación de la asignatura se hará de forma continua y se valorarán todas las actividades formativas realizadas durante el periodo de impartición de la materia, es decir, conceptos y procedimientos transmitidos a través de las clases magistrales, enseñanzas de prácticas y de desarrollo y realización de ejercicios individuales o en equipo. La valoración de cada tipo de actividad se hará en función de la dedicación definida para cada una de ellas a través de los siguientes porcentajes:

Para evaluar el cumplimiento de las competencias, se dispone de una tabla detalle donde se indica dónde se adquiere cada una de las competencias asociadas a la asignatura.

SISTEMA DE EVALUACIÓN		PORCENTAJES	COMPETENCIAS
PRUEBA OBJETIVA ESCRITA U ORAL		70%	
Contenido	Descripción	Porcentajes	Competencias
Prueba objetiva final	La prueba escrita integra los contenidos de los temas 01, 02, 03, 04, 05, 06, 07, 08, 09 y 10. Y estructurada en diversas partes, cada una de ellas la integran un caso	70%	CB1, CB2, CB3, CB4, CB5, CG01, CG02, CG03, CG06, CG17, CG18, CT01, CT09, CT10, CT11, CT14.

	práctico, generalmente extraído de la realidad profesional, y una pregunta teórica del temario comprendido desde el tema 01 al 10.		
EVALUACIÓN DE TRABAJOS O PROYECTOS, INDIVIDUALES O EN GRUPO REALIZADOS POR EL ALUMNO DURANTE EL PERIODO DE IMPARTICIÓN DE LA MATERIA		30%	
Contenido	Descripción	Porcentajes	Competencias
Trabajo 01	Desarrollo de un trabajo vinculado a los temas sobre libertad de expresión y de información. Descripción completa: consultar la ficha del ejercicio disponible en el campus virtual.	3%	CB1, CB2, CB3, CB4, CB5, CG01, CG02, CG03, CG06, CG17, CG18, CT01, CT09, CT10, CT11, CT14.
Trabajo 02	Prueba escrita intermedia vinculada con los primeros temas del programa de la asignatura. Descripción completa: consultar la ficha del ejercicio disponible en el campus virtual.	6%	CB1, CB2, CB3, CB4, CB5, CG01, CG02, CG03, CG06, CG17, CG18, CT01, CT09, CT10, CT11, CT14.
Trabajo 03	Desarrollo de un trabajo vinculado con la dimensión de la publicidad. Descripción completa: consultar la ficha del ejercicio disponible en el campus virtual.	4%	CB1, CB2, CB3, CB4, CB5, CG01, CG02, CG03, CG06, CG17, CG18, CT01, CT09, CT10, CT11, CT14.
Trabajo 04	Desarrollo de trabajos vinculados con los límites éticos y jurídicos de la publicidad. Descripción completa: consultar la ficha del ejercicio disponible en el campus virtual.	17%	CB1, CB2, CB3, CB4, CB5, CG01, CG02, CG03, CG06, CG17, CG18, CT01, CT09, CT10, CT11, CT14.

Al constituirse la evaluación continua como preferente, y en pos de valorar adecuadamente la adquisición de competencias, la entrega de los ejercicios se regirá por los siguientes criterios:

- La vía y modo de entrega será determinado específicamente en la ficha de descripción del ejercicio en cuestión, disponible en el Campus Virtual G Workspace, en cada asignatura. Se establece en todos los casos una fecha de entrega concreta, variable según la carga del curso. No se podrán entregar los ejercicios fuera de fecha.
- Para superar la asignatura, será imprescindible aprobar las distintas partes que la componen y acaban de ser descritas en el sistema de evaluación.

8. Bibliografía

- ÁLVAREZ, J. y SAN JOSÉ, R (2012). Comunicación digital eficaz y legal. Editorial Lex Nova.
- ÁLVAREZ CONDE, E y otros. (2011) Manual de Derecho Constitucional, Ed. Tecnos.
- APARICIO,P. y DE LUIS, A.M. (2010): Los medios digitales y su necesaria relación con la comunicación empresarial e institucional” Icono 14, año 8, vol.2
- AZURMENDI ADAGARRA, A. (2011) Derecho de la Comunicación, BOSCH.
- BALAGUER CALLEJÓN, M. L (2013) Derecho de la información y de la comunicación, Ed. Tecnos.
- BACIGALUPO, E. (1992) Libertad de expresión y delitos contra el honor, Madrid, Colex.
- BAÑOS, M (2006):Creatividad y publicidad, Madrid, Laberinto Comunicación
- BARROSO P, LÓPEZ TALAVERA Mª DEL MAR (1998). La libertad de expresión y sus limitaciones constitucionales, Madrid, Fragua.
- BASSAT,L (2001): El libro Rojo de la Publicidad. Barcelona. Plaza & James Editores
- BEL MALLÉN, I. Y CORREDOIRA Y ALFONSO, L. (coords.) (2003).Derecho de la información, Barcelona, Ariel.
- CALERO J.M. Y RONDA J. (2000). Manual de Periodismo Judicial, Sevilla, Asociación Universitaria Comunicación y Cultura,
- CARRILLO, M. (1993) .La cláusula de conciencia y el secreto profesional de los periodistas. Una aproximación al estatuto jurídico de los profesionales de la información, Barcelona, Cuadernos Civitas.
- CELAYA, J.O (2008): La empresa en la web 2.0:El impacto de las redes sociales y las nuevas formas de comunicación online en la estrategia empresarial. Barcelona. Gestión 2000
- COUSIDO GONZÁLEZ, M. P (2002). Derecho de la Comunicación Audiovisual y de las Telecomunicaciones, Madrid.
- COSTA, J, (1993): Reinventar la publicidad. Madrid, Fundesco
- CREMADES, J.(1995): Los límites de la libertad de expresión en el ordenamiento jurídico español. Madrid. La ley-actualidad
- DE CARRERAS SERRA, LL. (1996): Régimen Jurídico de la Información, Barcelona, Ariel.

- DEL PINO, C (2007): El anunciante en la era de la saturación publicitaria: Nuevas herramientas de comunicación. Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación, nº 16.
- DE VEGA RUIZ, J.A. (1998): La libertad de expresión. Información veraz. Juicios paralelos. Medios de comunicación. Madrid. Universitas
- DESANTES GUANTER Y OTROS (1994). Derecho de la Información (II). Los mensajes informativos, Madrid, Colex,
- ESCOBAR DE LA SERNA, L (2001). Manual de Derecho de la Información, Madrid, Dykinson.
- FERRER ROSELLÓ, C.G. (2001): La publicidad en Internet. Madrid. Edimarco
- FRIGOLA VALLINA, J, ESCUDERO MORATALLA, J.F. (1998): Honor, secreto profesional y cláusula de conciencia en los medios de comunicación. Límites y aspectos jurídicos civiles y penales. Valencia. Revista General de Derecho
- GONZALEZ BALLESTEROS, T. (1999): Diccionario jurídico para periodistas, Madrid, Centro de Estudios Ramón Areces.
- GONZÁLEZ ENCINAR, J.J. (2002): Derecho de la Comunicación. Barcelona. Ariel
- GUICHOT REINA (Coord.), Derecho de la comunicación, IUSTEL, 2013, Madrid.
- HERRERO TEJEDOR, F. (1994) Honor, Intimidad y Propia Imagen, Madrid, Colex.
- HOFFMANN-RIEM, W. (2018). Big data. Desafíos también para el derecho. Civitas
- LLAMAZARES CALZADILLA, M^a Cruz (1999) Las libertades de expresión e información como garantía del pluralismo democrático. Madrid. Civitas
- MÉNDIZ, ALFONSO (2007): Nuevas formas publicitarias: patrocinio, product placement y publicidad en Internet. Málaga. Servicios de Publicaciones de la UMA.
- MÉNDIZ, ALFONSO (2007): Falsedad y Comunicación: publicidad engañosa, información falsa, imagen manipulada” Málaga. Servicios de Publicaciones de la UMA.
- MÉNDIZ, ALFONSO (2010): Los valores en la Publicidad: Un nuevo planteamiento ético y comercial. Madrid. Federación de Asociaciones y Consumidores de Usuarios de los Medios.
- ORTEGA, E. (2004): La comunicación publicitaria. Madrid. Pirámide
- RAMOS F. (2003): La publicidad contaminada. Los consumidores ante la autorregulación publicitaria. Madrid. Universitas
- ROMERO COLOMA, M.A. (1991): Los derechos al honor y a la intimidad frente a la libertad de expresión y de información. Problemática Procesal. Barcelona. Serlipost
- ROMERO RUBIO, A. (1975): Código ético, medios de comunicación infantiles y juveniles. Madrid. Doncel
- SANCHEZ GUZMAN, J.R. (1993): Teoría de la Publicidad. Madrid. Tecnos
- SARAZA JIMENA, R. (1995) Libertad de Expresión e Información frente a honor, intimidad y propia imagen, Madrid, Aranzadi.
- SOLANA, D. (2010): Postpublicidad: reflexiones sobre una nueva cultura publicitaria. Barcelona. Double You.

SORIA, C. (1997): El laberinto informativo: una salida ética. Pamplona. Eunsa

SUAREZ VILLEGAS, J.C. (2001): Análisis ético de la información. Sevilla. Colección Universitaria

La comunidad educativa del Centro Universitario San Isidoro, adscrito de la Universidad Pablo Olavide de Sevilla, cuenta con su propio [catálogo online](#) de recursos en el Centro, y te facilita la lectura de manuales, monografías y artículos completos de la Biblioteca Digital de la UPO.

- Plataformas de lectura: [OLABOOK](#) y [ELIBROS](#)
- Herramienta de búsqueda simultánea: [EUREKA](#)

9. Cronograma

SEMANA	U.D.	MODALIDAD		DESCRIPCIÓN
		E.B.	E.P.D.	
01	0-1	x		Presentación del curso y guía docente Comienzo del tema 1
02	1-2	x	x	Temas 1 y 2
03	2-3	x	x	Temas 2 y 3
04	3	x	x	Tema 3
05	3	x	x	Tema 3
06	4	x	x	Tema 4
07	5	x	x	Tema 5
08	5-6	x	x	Temas 5 y 6
09	6	x	x	Tema 6
10	6	x	x	Tema 6
11	7	x	x	Tema 7
12	7	x	x	Tema 7
13	8	X	X	Tema 8

14	9	x	x	Temas 9 y 10
15	10	x	x	Tema 10

U.D.: Unidad Didáctica / **E.B.:** Enseñanzas Básicas / **E.P.D.:** Enseñanzas Prácticas y de Desarrollo