

Curs acadèmic 2006-2007

Llicenciatura de Publicitat i Relacions Públiques

Curs 3er

Codi assignatura: 20678 del pla d'estudis homologat

Codi assignatura ECTS:

Assignatura: Legislació, ètica i deontologia de l'activitat publicitària

Tipus d'assignatura: OB (en el pla d'estudis homologat és Troncal)

Nº de crèdits: Pla d'estudis homologat: 5; **ECTS: 3**

Profesor: Manel Vinyals i Corney

Semestre: 2on

Objectiu de l'assignatura:

Estudi de la regulació jurídica de la publicitat a nivell nacional, autonòmic, comunitari i internacional; així com l'anàlisi dels plantejaments ètics i deontològics relacionats amb l'activitat publicitària i de relacions públiques. Per això, s'analitzaran els diversos àmbits d'especialitzacions tant pel que fa a àmbits específics: salut, alimentació, infància, promocions, jocs i loteries, així com pel que fa als mitjans: televisió, ràdio, premsa, Internet, etc...

L'assignatura té una vessant teòrica que consisteix en el coneixement dels elements estructurals que conformen el Dret de la Publicitat per tal de servir de base a la part pràctica. Es tracta que l'alumne adquireixi un conjunt d'habilitats que pugui aplicar a la seva activitat professional.

Temari:

Tema 1: Introducció al concepte de Dret, Ètica i Deontologia. El Dret aplicable a la Publicitat.

Tema 2: La regulació jurídica de la Publicitat a Espanya.

Tema 3: Els antecedents de la regulació actual: evolució històrica de la legislació aplicable a la publicitat a Espanya. L'Estatut de la

Publicitat de 1964, el Registre General de Publicitat de 1965 i les legislacions especials.

Tema 4: El context actual: la Constitució Espanyola i la seva repercussió en la legislació publicitària. La normativa autonòmica.

Tema 5: Les normes estatals:

La Llei 34/1988, de 11 de novembre, General de Publicitat (Introducció general).

La Llei 26/1984, de 19 de juliol, General per a la Defensa dels Consumidors i Usuaris.

La Llei 3/1991, de 10 de gener, de Competència Deslleial

La Llei Orgànica 19/1995, de 23 de novembre, del Codi Penal.

Tema 6: Normes comunitàries i internacionals:

La Directiva del Consell de 10 de Setembre de 1984, sobre publicitat enganyosa i publicitat comparativa.

La Directiva 97/36/CE del Parlament Europeu i del Consell, de 30 de Juny de 1977, que modifica la Directiva del Consell 89/552/CEE sobre coordinació de determinades disposicions legals, reglamentàries i administratives de radiodifusió televisiva.

La Directiva del Consell de 31 de març de 1992 (92/28/CEE) relativa a la publicitat dels medicaments per a ús humà.

La Directiva del Parlament Europeu i del Consell de 26 de maig de 2003 (2003/33/CE) relativa a l'aproximació de les disposicions legals, reglamentàries i administratives dels Estats membres en matèria de publicitat i patrocini dels productes del tabac.

El Conveni Europeu sobre Televisió Transfronterera; Estrasburg, 5 de maig de 1989.

Tema 7: La Llei 34/1988, de 11 de novembre, General de Publicitat: anàlisi de l'estructura i els articles. La publicitat il·lícita, enganyosa i deslleial. Les normatives publicitàries especials. Anàlisi de la potestat reglamentària i sancionadora de l'Administració Pública. La jurisdicció en matèria publicitària. La cessació, rectificació voluntària i la publicitat correctora.

Tema 8: Les normes de caràcter especial: anàlisi de la legislació aplicable en matèria d'aliments, especialitats farmacèutiques, la imatge de les persones, jocs, joguines, ofertes de treball, productes dietètics, productes sanitaris, publicitat financera, tabac, televisió, Internet, venda a terminis, turisme, etc...

Tema 9: Ètica i Deontologia: àmbit d'actuació de l'Ètica i anàlisi dels principals codis deontològics en matèria de publicitat i comunicació. Anàlisi de casos.

Tema 10: Modalitats contractuals: el contracte de publicitat, el contracte de difusió, el contracte de creació publicitària i el contracte de patrocini.

Tema 11: Marques i Patents. La protecció de marques, logotips i dissenys.

Tema 12: Propietat intel·lectual i creativitat publicitària: La protecció de la creació: il·lustració, fotografia, audiovisual, música i multimèdia. Els drets d'autor en el context *off* i *on line*. Els tractats de l'OMPI. Anàlisi de casos.

Tema 13: Elements jurídics del comerç electrònic, Internet i telecomunicacions. Anàlisi de casos.

Tema 14: La protecció de dades de caràcter personal. Anàlisi de la legislació aplicable a Espanya i a nivell internacional. La LOPD i l'Agència de Protecció de Dades.

Bibliografia bàsica:

Lema Devesa, Carlos i Gómez, Jesús (2995). Código de Publicidad. Madrid: Aucocontrol – Marcial Pons.

Santaella, Manuel (2003). Derecho de la Publicidad. Madrid: Civitas.

Bases de dades en línia:

Autocontrol: Asociación para la regulación de la comunicación comercial:

www.autocontrol.es

European Advertising Standards Alliance, EASA <http://www.easa-alliance.org>

Asociación Española de Anunciantes, (Anunciantes) <http://www.anunciantes.com>

Asociación Española de Agencias de Publicidad, AEAP <http://www.aeap.es>

Cámara Internacional de Comercio, International Chamber of Commerce

<http://www.iccwbo.org>

Instituto Nacional de Consumo, INC <http://www.consumo-inc.es>

Consell de l'Audiovisual de Catalunya, CAC <http://www.audiovisualcat.net>

Complementària:

Acosta, José (1990). Perfiles de la Ley General de Publicidad. Barcelona: PPU.

Corredoira, Loreto (1991). El patrocinio. Su régimen jurídico en España y en la CEE. Barcelona: Bosch.

De la Cuesta Rute, José M^a (2002). Curso de Derecho de la Publicidad. Pamplona: EUNSA.

Miguel Asensio, Pedro (2005). Régimen jurídico de la publicidad transfronteriza. Madrid: Iustel.

Ramos, Fernando (2000): Los límites de la publicidad. Pontevedra: Diputación de Pontevedra.

Avaluació:

Durant l'assignatura es ponderarà el treball individual i en grup dels alumnes (50%) amb dos exàmens parcials de l'assignatura (50%).