



ANEP



UTU

DIRECCIÓN GENERAL
DE EDUCACIÓN
TÉCNICO PROFESIONAL



DTGA

DIRECCIÓN
TÉCNICA DE GESTIÓN
ACADÉMICA



UNIDAD CURRICULAR LEGISLACIÓN Y ÉTICA

CARRERA: TECNICATURA EN COMUNICACIÓN SOCIAL

MÓDULO 4

Modalidad: Presencial

Carga horaria semanal: 3 horas

Créditos educativos: 5



Departamento de Diseño y Desarrollo Curricular
Programa de Educación Terciaria



1. Propósito de la unidad curricular

Esta materia se propone como un soporte consultivo para los estudiantes de las tres carreras que desarrollarán proyectos integrales de comunicación en el taller común del módulo 4. A través de la aplicación práctica de los conceptos legales estudiados en semestres anteriores, los estudiantes funcionarán como consultores legales, evaluando los aspectos jurídicos de sus proyectos, tanto en medios tradicionales como digitales. Se abordarán problemáticas reales, trabajando en conjunto con los tutores del taller.

2. Resultados de aprendizaje

1. Valora la adecuación legal de los proyectos multimediales en el marco de la legislación sobre propiedad intelectual, derechos de imagen y protección de datos, para asegurar el cumplimiento normativo.
2. Colabora con equipos multidisciplinarios, proponiendo soluciones legales que alineen los objetivos de comunicación con las normativas vigentes, para garantizar la conformidad legal de los proyectos.
3. Aplica estrategias para garantizar la conformidad legal de las campañas publicitarias y periodísticas, con énfasis en la ética y el respeto a los derechos del consumidor, para fortalecer la responsabilidad social de la comunicación.

3. Saberes estructurantes

- 1. LEGISLACIÓN SOBRE PROPIEDAD INTELECTUAL Y DERECHOS DE AUTOR.**
- 2. DERECHOS DE IMAGEN Y PROTECCIÓN DE DATOS EN PROYECTOS MULTIMEDIALES.**
- 3. ASPECTOS LEGALES EN LA PLANIFICACIÓN Y EJECUCIÓN DE CAMPAÑAS PUBLICITARIAS Y PERIODÍSTICAS.**

4. Desglose analítico de los saberes estructurantes

1. Legislación sobre propiedad intelectual y derechos de autor.

Saberes Asociados:

Derechos de autor y propiedad intelectual en medios.

Normas de protección de datos en medios digitales.

Saberes de Profundización:

Casos de infracción de propiedad intelectual en medios de comunicación.
Análisis de normativas de protección de datos en proyectos multimediales.

2. Derechos de imagen y protección de datos en proyectos multimediales.

Saberes Asociados:

Derechos de imagen y privacidad en campañas publicitarias y periodísticas.
Normativas de la publicidad regulada y restricciones legales en la difusión de contenidos.

Saberes de Profundización:

Estrategias legales para campañas publicitarias respetuosas de la ley.
Impacto de la legislación en la construcción de la imagen pública.

5. Orientaciones pedagógicas

En este semestre, los estudiantes trabajarán con **proyectos reales**, colaborando con los equipos del taller común y desarrollando sus funciones como consultores legales. A través del **aprendizaje basado en proyectos (ABP)**, se les permitirá evaluar, corregir y aplicar las normativas legales en proyectos en desarrollo, con tutores especializados que acompañarán el proceso. Se sugiere que el curso funcione como un consultorio legal, donde los estudiantes brinden asesoramiento sobre los aspectos legales de los proyectos del taller.

Evaluación:

Portafolio Legal: Evaluación de casos concretos y asesoramiento en proyectos del taller (60%).

Rúbrica: Evaluación del desempeño y del análisis legal aplicado a cada proyecto (40%).

Rúbrica sugerida

Criterio	Sí (10-12)	Sí, pero... (8-9)	No, pero... (6-7)	A revisión (5 o menos)
Evaluación de normativas legales	Evaluación completa y adecuada de normativas aplicables.	Evaluación adecuada, pero con algunas omisiones menores.	Evaluación con deficiencias significativas.	No demuestra comprensión de las normativas.
Colaboración en proyectos	Colaboración efectiva y aportes legales relevantes.	Colaboración adecuada, pero limitada en algunos aspectos.	Colaboración con fallas o escasa contribución.	No colabora o sus aportes son inapropiados.
Propuestas legales	Propuestas precisas y alineadas con el marco normativo.	Propuestas adecuadas, pero con falta de detalle.	Propuestas poco precisas o que requieren corrección.	No propone soluciones legales.
Reflexión Metacognitiva	Reflexión crítica y detallada sobre el aprendizaje obtenido.	Reflexión adecuada, pero superficial.	Reflexión limitada o poco profunda.	No demuestra

6. Bibliografía

Cassagne, Juan Carlos. "Derecho Administrativo y Comunicación: Normativa y Regulación". Editorial Abecedario, 2017.

Vives, Elena. "Legislación de Medios y Libertad de Expresión". Editorial Jurídica, 2019.

Mendieta, Gonzalo. "Ciberseguridad y Privacidad en la Era Digital". Ediciones Comunicación, 2020.

González, Isabel. "Derechos de Autor en la Era Digital". Editorial IUS, 2018.

Normativas Vigentes

Normativas aplicadas en el curso "Legislación Aplicada a la Comunicación":

1. Constitución Nacional

Derechos fundamentales y garantías relacionados con la libertad de expresión y el derecho a la información.

Artículos relevantes para el ejercicio de la comunicación.

2. Convención Americana sobre Derechos Humanos (Pacto de San José de Costa Rica, 1969)

Protege el derecho a la libertad de expresión y el acceso a la información.

Artículo 13: Libertad de Pensamiento y de Expresión.

3. Declaración Universal de Derechos Humanos (1948)

Artículo 19: Derecho a la libertad de opinión y de expresión.

4. Ley N.º 16.099

Derecho de respuesta.

Artículos 7 a 17, que regulan el derecho a réplica y el acceso a la rectificación.

5. Ley N.º 17.250 (Ley de Defensa del Consumidor)

Regula los derechos de los consumidores, incluyendo el derecho a la información y la protección frente a la publicidad engañosa y comparativa.

6. Ley N.º 9.739 (Derechos de Autor)

Propiedad intelectual, obras protegidas y derechos de los autores.

Artículo 21: Uso del retrato y consentimiento para la utilización de la imagen.

7. Ley N.º 19.307 (Ley de Medios)

Regula los contenidos de la publicidad, especialmente la publicidad dirigida a niños y la publicidad electoral.

Prohíbe la publicidad encubierta y engañosa.

8. Ley N.º 18.331 (Ley de Protección de Datos Personales)

Regula el derecho a la protección de datos personales y garantiza el acceso a la información pública.

Periodismo de datos y ciberseguridad en la comunicación digital.

9. Ley N.º 18.381 (Ley de Acceso a la Información Pública)

Establece el derecho de los ciudadanos a acceder a la información pública en poder de las instituciones del Estado.

10. Código de Ética del Comunicador

Principios éticos para la autorregulación en el ejercicio del periodismo y la comunicación.

Marco ético en situaciones donde la legislación no es explícita.

11. URSEC (Unidad Reguladora de Servicios de Comunicación)

Órgano regulador para los servicios de telecomunicaciones y medios de comunicación audiovisual.

Directrices sobre la regulación de contenidos y el uso del espectro radioeléctrico.

12. Dirección Nacional de Telecomunicaciones y Servicios de Comunicación Audiovisual (DINATEL)

Regula los servicios de comunicación audiovisual y telecomunicaciones.

Supervisión de la implementación de las leyes en el ámbito de la comunicación.