



Nuevas tecnologías y sociedad
de la información / New
technologies and the
information society

**Grado en Diseño digital y multimedia
2025-26**



UNIVERSIDAD
NEBRIJA

GUÍA DOCENTE

Asignatura: Nuevas tecnologías y sociedad de la información / New technologies and the information society

Titulación: Grado en Diseño digital y multimedia

Curso Académico: 2025-26

Carácter: Básica

Idioma: **Español** / Inglés

Modalidad: Presencial

Créditos: 6

Curso: 1º

Semestre: 2º

Profesores/Equipo Docente: Dra. Dña. Victoria Moreno Gil

1. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1.1. Competencias

- 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.
- 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.
- 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.
- Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.
- Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.
- Demostrar el correcto uso del lenguaje oral y escrito en la lengua española.
- Aplicar los conocimientos teóricos a la comprensión de la realidad y a la resolución de problemas específicos del área de conocimiento de las Ciencias Sociales, especialmente en el ámbito del diseño visual y la creación de contenidos digitales.
- Compilar, discriminar y categorizar la información procedente de fuentes bibliográficas y documentales.
- Aplicar un razonamiento crítico a partir del uso del análisis y la síntesis.
- Utilizar el ingenio y desarrollar la creatividad especialmente en los procesos de diseño visual y creación de contenidos digitales.
- Demostrar sensibilidad social en el desarrollo de su trabajo profesional y/o académico dentro del respeto a la normativa vigente tanto a nivel español como europeo, a los códigos de buenas prácticas, a los criterios de autocontrol, a la igualdad de sexos, a las especiales necesidades de las personas discapacitadas, de la protección de la infancia y, en general, a los principios que se contienen en la Constitución Española y a los valores propios de la Cultura de la Paz.
- Demostrar la capacidad para trabajar en equipo, desarrollando las relaciones interpersonales, dentro de la elaboración de proyectos de diseño visual y creación de contenidos digitales.
- Demostrar la capacidad de liderar y gestionar eficazmente proyectos, asumiendo los principios de la responsabilidad social.
- Aplicar técnicas innovadoras y dinámicas de la gestión de trabajo, de proyectos y de equipos.

- Desarrollar y demostrar iniciativa y espíritu emprendedor.
- Resolver problemas que surgen en la construcción de contenidos digitales y en el desarrollo de procesos comunicativos y creativos.
- Desarrollar aptitudes personales y capacidades necesarias en el sector de la creación de diseño visual y contenidos digitales y la empresa para la incorporación al mercado laboral, aumentando la madurez y adaptación para posteriores periodos de aprendizaje.
- Manejar correctamente las nuevas tecnologías de la comunicación.
- Conocer y comprender los conceptos básicos del ámbito del diseño visual, comunicación, empresa, derecho, informática, historia, economía e idioma moderno como materias que influyen e interactúan con la creación de contenidos digitales.

1.2. Resultados de aprendizaje

Demostrar conocimientos sobre el escenario tecnológico, digital y propio del diseño, además de la informática.

2. CONTENIDOS

2.1. Requisitos previos

Ninguno.

2.2. Descripción de los contenidos

Materia que proporciona a los estudiantes el uso y comprensión completa de Internet, capacidad para comunicarse con un entorno global y adquirir, al menos, una parte de la información necesaria en el proceso de síntesis creadora que constituye un proyecto. Además de adquirir los conocimientos y saber aplicarlos, el alumno aprenderá el uso del lenguaje y la terminología propios de las TIC.

This subject provides students the necessary competence in the use and full understanding of the Internet, the ability of communicating with a global environment and acquiring, at least, part of the information required for the creative synthesis process involved in a project. In addition to acquiring the competencies and knowing how to apply them, students will learn how to use the specific language and terminology of ICTs.

2.3. Contenido detallado

Presentación de la asignatura.
Explicación de la Guía Docente.

1. La sociedad de la información y las TIC

Evolución histórica de los procesos de comunicación y de los medios
decomunicación de masas
La Sociedad de la Información
Tecnologías de la información y la comunicación: formatos y soportes
Ecosistema de medios, el ágora digital y sociedad de la transparencia: pros y
contras
Caso práctico 1. La transformación en la comunicación, problemas y
desafíos futuros.

2. Acceso a la información y a las nuevas tecnologías

Las grandes redes y la revolución del 5G

Distribución de la información, medios y herramientas: wikis y *Creative Commons*, blogs, *e-learning*, *cloud* y redes sociales

La penetración de las tecnologías digitales en España y en las principales potencias mundiales

La cultura transmedia: de la linealidad a la multilinealidad, del consumidor pasivo al prosumidor

El papel y la pantalla, obligados a entenderse

Los tentáculos de la Inteligencia Artificial en el ámbito de la comunicación: asistentes y *chatbots*

Big Data: privacidad y seguridad. Las 7 'V'

Machine learning y su evolución hacia el *Deep learning*

Web semántica o web 3.0

La ética digital: la relación hombre-máquina, desafíos y nuevas oportunidades

Caso práctico 2. IA y sesgos algorítmicos

3. Post-verdad y desinformación

Post-verdad, burbujas de opinión, bulos y *fakes*

Ciberseguridad

Gestión de crisis en las redes sociales

Profesionalización de la actividad y nuevas formas de comunicación en redes

sociales Netiqueta y sus reglas básicas. Nuevos roles: prosumidores, *influencers* y fans

Caso práctico 3. Estrategias para combatir la desinformación

4. Herramientas de comunicación y diseño digital

Nuevos medios y narrativas: integración y transmedia

Realidad aumentada, aprovechamiento de VR y el video 360

Televisión a la carta: Social TV y Smart TV, plataformas de *streaming*

Radio a la carta: *podcasting* especializado

Caso práctico 4. El metaverso

2.4. Actividades Dirigidas

Durante el curso se podrán desarrollar algunas de las actividades, prácticas, memorias o proyectos siguientes, u otras de objetivos o naturaleza similares:

Actividad Dirigida 1 (AD1): Actividad destinada a hacer un análisis de las herramientas de comunicación digital abordadas en la asignatura y relacionada con la identidad digital.

Actividad Dirigida 2 (AD2): Análisis aplicabilidad de una herramienta tecnológica o aplicación trabajada en el marco de la asignatura.

2.5. Actividades formativas

CÓDIGO	ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PORCENTAJE DE PRESENCIALIDAD
AF1	Clases de teoría y práctica (30%)	45	100%
AF2	Trabajo personal del alumno (50%)	75	0%
AF3	Tutorías (10%)	15	50%
AF4	Evaluación (10%)	15	50%

3. SISTEMA DE EVALUACIÓN

3.1. Sistema de calificaciones

El sistema de calificaciones finales se expresará numéricamente del siguiente modo:

- 0 - 4,9 Suspenso (SS)
- 5,0 - 6,9 Aprobado (AP)
- 7,0 - 8,9 Notable (NT)
- 9,0 - 10 Sobresaliente (SB)

La mención de "matrícula de honor" podrá ser otorgada a alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0.

3.2. Criterios de evaluación

Convocatoria ordinaria

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Asistencia y participación	10%
Prueba parcial	10%
Actividades académicas dirigidas	30%
Prueba final	50%

Convocatoria extraordinaria

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Asistencia y participación	10%
Actividades académicas dirigidas	30%
Prueba final	60%

Convocatoria Extraordinaria: La calificación final de la convocatoria se obtiene como suma ponderada entre la nota de la prueba final extraordinaria y las calificaciones obtenidas por las actividades dirigidas en convocatoria ordinaria, siempre que la nota del examen extraordinario sea igual o superior a 5. Asimismo, será potestad del profesor solicitar y evaluar de nuevo las actividades dirigidas si éstas no han sido entregadas en fecha, no han sido aprobadas o se desea mejorar la nota obtenida en convocatoria ordinaria.

3.3. Restricciones

Calificación mínima

Para poder hacer media con las ponderaciones anteriores es necesario obtener al menos una calificación de 5 en la prueba final. Asimismo, es potestad del profesor que el alumno pueda presentar de nuevo las prácticas o trabajos escritos, si estos no han sido entregados en fecha, no han sido aprobados o se desea mejorar la nota obtenida, siempre antes del examen de la convocatoria correspondiente (ordinaria/extraordinaria).

Asistencia

El alumno que, injustificadamente, deje de asistir a más de un 25% de las clases presenciales podrá verse privado del derecho a examinarse en la convocatoria ordinaria.

Normas de escritura

Se prestará especial atención en los trabajos, prácticas, proyectos y exámenes tanto a la presentación como al contenido, cuidando los aspectos gramaticales y ortográficos. El no cumplimiento de los mínimos aceptables puede ocasionar que se resten puntos en dicho trabajo.

3.4. Advertencia sobre plagio

La Universidad Antonio de Nebrija no tolerará en ningún caso el plagio o copia. Se considerará plagio la reproducción de párrafos a partir de textos de auditoría distinta a la del estudiante (Internet, libros, artículos, trabajos de compañeros...), cuando no se cite la fuente original de la que provienen. El uso de las citas no puede ser indiscriminado. El plagio es un delito. En caso de detectarse este tipo de prácticas, se considerará Falta Grave y se podrá aplicar la sanción prevista en el Reglamento del Alumno.

4. BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía básica

- Byung-Chul, Han (2013). *La sociedad de la transparencia*. Barcelona: Herder.
- Fundación Telefónica. (2019). *Sociedad Digital en España 2018*. Madrid: Fundación Telefónica (digital). Accesible en:
- García Marín, David (2016). *Podcasting y transmedia: el transcasting*. TFM. UNED.
- <http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/deed.es>
- Huidobro, J.M. (2011). *Radiocomunicaciones. Viajando a través de las ondas*. Madrid: Creaciones Copyright.
- Huidobro, J.M. (2015). *Telecomunicaciones. Tecnologías, redes y servicios*. Madrid: RA-MA.
- Ontiveros, E y López Sabater V. (2017). *Economía de los Datos. Riqueza 4.0* Madrid: Fundación Telefónica. Editorial Ariel. Accesible en: <https://www.fundacioncarolina.es/wp-content/uploads/2018/11/Libro-Economía-de-los-Datos-Ontiveros.pdf>
- Pariser, E. (2017). *El filtro burbuja: Cómo la web decide lo que leemos y lo que pensamos*. Madrid: Taurus.
- Reuters Institute. Digital News Report 2021. Oxford University.
- <https://www.digitalnewsreport.es>
- Scolari, C. A. (2018). *Las leyes de la interfaz: Diseño, ecología evolución, tecnología*. Barcelona: Editorial Gedisa.
- Vegara, M. y Huidobro, J.M. (2016) *Las tecnologías que cambiaron la historia*. Madrid: Fundación Telefónica.

Bibliografía recomendada

- Del Rivero, M (2017) *Smart Cities: una visión para el ciudadano*. Madrid. Editorial LID.
- Domingo, C. (2013) *El viaje de la innovación*. Barcelona: Gestión 2000, Grupo Planeta.
- García, M. (2017) *El fin del mundo tal y como lo conocemos*. Madrid: Planeta.

- Harari, Yuval Noah (2016) *Homo Deus Breve historia del mañana*. Barcelona: Debate.
- Isaacson, W. (2011) *Steve Jobs*. Barcelona: Debate.
- Isaacson, W. (2014) *Los Innovadores*. Barcelona: Debate.
- Manovich, L. (2005). *El nuevo lenguaje de los medios de comunicación: la imagen en la Era Digital*. Barcelona: Paidós.
- Morozov, E. (2012) *El desengaño de Internet*. Barcelona: Ediciones Destino.
- Pisani, F. (2016) *Creadores de futuro. De la innovación en el mundo*. Barcelona: Ariel.
- Preukschat, A. (coord.) (2017) *Blockchain. La revolución industrial de internet*. Madrid: Gestión 2000, Grupo Planeta.
- Rueda, J.C; Galán, E.; Rubio, A.L (2014). *Historia de los medios de comunicación*, primera reimpresión 2015, Madrid: Alianza Editorial.
- Schimdt y Rosemberg. (2015) *Cómo trabaja Google*. Madrid: Aguilar.
- Senor D. (2014) *Start up Nation*. Madrid: Autor Editor.
- Suárez, A. (2012) *Desnudando a Google*. País Vasco: Deusto.
- Tagg, J. (2015) *Ya sueñan los androides*. NJ: Hurs Farm Books, Chatham.
- Timoteo, J. (2015). *Historia y modelos de la comunicación en el siglo XXI*. Madrid: Universitas
- VV.AA. (2016). *La revolución digital*. Madrid: IEE Instituto de Estudios Económicos.

Otros recursos

- Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación AIMC (EGM): www.aimc.es
- Asociación España de Agencias de Medios: www.agenciasdemedios.com
- Asociación Española de Agencias de Comunicación y Publicidad: www.aeacp.es/
- Asociación Española de Estudios de Marketing: www.aedemo.es/
- <http://www.ontsi.red.es/ontsi/>
- <https://www.agpd.es/portalwebAGPD/index-ides-idphp.php>
- <http://www.mobileworldlive.com> (Boletín diario de la GSMA)
- www.infoadex.es/ (información de audiencias y anunciantes)
- <http://www.zonamovilidad.es>
- <http://www.xataka.com/>
- Autoconectado.es
- Blogthinkbig.com
- <http://www.techcrunch.com> (Actualidad internacional)
- Blog de tecnología Gen Beta <https://www.genbeta.com/>
- Blog de Mari Luz Congosto <http://www.barriblog.com/>
- Blog Aula CM <http://aulacm.com/blog/>
- El Periódico de la Publicidad/tendencias: <http://www.lapublicidad.net/disen-y-tendencias/>
- El Programa de la Publicidad: <http://www.programapublicidad.com>
- El Publicista: <http://www.elpublicista.com/frontend/elpublicista/base.php>
- Fórmula TV <http://www.formulatv.com/>
- Google Activate <https://www.google.es/landing/activate/home/>
- Kantar Media <http://www.kantarmedia.com/es>
- Observatorio Europeo del 5G <https://5gobservatory.eu/>

5. DATOS DEL PROFESOR

Nombre y Apellidos	Dra. Dña. Victoria Moreno Gil
Departamento	Artes
Titulación académica	Doctora en Periodismo. Máster en Derechos fundamentales y Libertades informativas. Licenciada en Periodismo y Comunicación Audiovisual.
Correo electrónico	vmorenog@nebrija.es
Localización	Campus de Comunicación y Artes en Madrid-San Francisco de Sales
Tutoría	Contactar con el profesor previa petición de hora por <i>e-mail</i>
Experiencia docente, investigadora y/o profesional, así como investigación del profesor aplicada a la asignatura, y/o proyectos profesionales de aplicación.	<p>Doctora en Periodismo y profesora asociada en la Facultad de Comunicación y Artes de la Universidad Nebrija.</p> <p>En 2019 completó una estancia postdoctoral en la Universitat Pompeu Fabra (Barcelona). Sus líneas de investigación son la ética periodística, la desinformación y la alfabetización mediática. Actualmente participa en varios proyectos de investigación financiados por el Ministerio de Ciencia e Innovación en España. Ha publicado en revistas indexadas como Media & Communication, El profesional de la información, Communication & Society o Revista de Comunicación.</p> <p>Combina su labor docente e investigadora con su carrera profesional como redactora multimedia en la mesa de internacional de inglés de la Agencia EFE.</p>