



Nuevas tecnologías
y sociedad de la información
**Grado en Diseño
digital y multimedia**



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

Carácter: Básica

Idioma: Castellano / Inglés

Modalidad: Presencial

Créditos: 6

Curso: 1º

Semestre: 2º

Profesores/Equipo Docente: Dña. María Josefa Establés Heras

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

1. Conceptos básicos sobre la sociedad de la información y las TIC. La transformación de la comunicación.

- Introducción a la asignatura y explicación de los trabajos a realizar a lo largo del semestre.
- Breve evolución histórica de los procesos de comunicación y de los medios de comunicación de masas.
- Conceptos básicos sobre la Sociedad de la Información: dónde estamos, las cinco generaciones, hábitos, costumbres y comportamientos.
- Conceptos básicos de tecnologías de la información y la comunicación: formatos y soportes.
- ¿Brecha digital? Comunicación en red, convergencia digital y sociedad de la transparencia: pros y contras.

2. Nociones básicas de investigación en comunicación digital.

- Investigación y metodologías aplicadas a la comunicación. Buscadores. Sitios y referentes en nuevas tecnologías. Referencias bibliográficas y sistemas de citación (APA,...)
- Uso de herramientas básicas: tecnologías audiovisuales, informáticas y multimedia. Formatos y soportes.

3. Acceso a la información y a las nuevas tecnologías.

- Las grandes redes. Agregación de bandas, la llegada de la 5G y la revolución que trae consigo.
- Distribución de la información, medios y herramientas. Iniciativas Wikis y creative commons. Blogs, e-learning, podcasting, cloud y redes sociales.
- La penetración en España. Situación internacional.
- Vida digital. El nuevo lector y nuevos usuarios.
- Formatos digitales. El papel frente a la web. La llegada del 8K. Razones para la convivencia.
- Terminales multiformato, del PC a los *wearables*, *signaling modular*, asistentes virtuales. Internet de las cosas. *Smarthouses*.
- Estructura, elementos y localización del interlocutor. NFC, *Beacons*, sistemas biométricos, etc.
- Big data. Recolección de datos. Publicidad y derechos. Servicios personalizados, segmentados y autorizados.
- Las máquinas aprenden: *Machine learning* y *Deep learning*
- Web semántica. Comunidades virtuales.
- La llegada de la inteligencia artificial a la comunicación. Asistentes y *chatbots*
- La ética digital, la relación hombre-máquina, destrucción laboral y nuevas oportunidades.

4. Desinformación, seguridad y gestión de crisis

- La era de la post-verdad. Las *fake news*.
- Ciberseguridad.
- Gestión de crisis. Herramientas. El uso de las redes sociales y las herramientas digitales.
- Profesionalización de la actividad en redes sociales. Netiqueta. Posicionamiento en buscadores, dinamización de redes sociales y nuevas formas de comunicación por parte del usuario. Nuevos roles: de consumidor a prosumidor. *Influencers* y fans.

5. Herramientas de comunicación y diseño digital.

- Nuevos medios y narrativas. Narrativas transmedia. Integración de medios y nuevas narrativas.
- Realidad aumentada, aprovechamiento de VR y 360°.
- Consumo de contenidos a la carta. Social TV y Smart TV. Plataformas de distribución (Netflix, Movistar+, HBO, Amazon Video...)
- Herramientas de consumo. Ejemplos de uso de nuevas narrativas en empresas: VR en campañas de concienciación social (caso ACNUR), búsqueda de nuevos públicos (Teatro Real, Biblioteca Nacional), videojuegos e inmersión.

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:

Las **actividades académicas dirigidas**, que supondrán un 30% de la evaluación final, consistirán en:

- **Actividad Dirigida 1:** Desarrollo de un portfolio / blog personal. Trabajo individual. Cada alumno y alumna deberá desarrollar un portfolio digital donde pueda ir volcando durante el semestre los conocimientos adquiridos, tanto por investigaciones propias como, a modo de bitácora de clase, las aportaciones de sus compañeros. La idea es sintetizar tanto conocimientos técnicos como teóricos. Se entregará en la última semana del curso. Puntuación como un 40 % de las actividades académicas dirigidas.
- **Actividad Dirigida 2:** Investigación sobre la gestión de crisis de la reputación digital de una empresa o institución real. Trabajo por parejas. Analizar cómo una empresa o

institución real hace uso de las nuevas tecnologías de la comunicación y cómo podría mejorar su situación implantando alguno de los elementos o tecnologías vistas en clase (o investigadas por cada pareja). Los trabajos se presentarán en clase. Puntúa como un 40 % de las actividades académicas dirigidas.

- **Actividad Dirigida 3:** Presentación de una tecnología aplicada al diseño digital no trabajada en clase. Trabajo individual. En cada sesión, un alumno o alumna expondrá la investigación que ha llevado a cabo sobre una tecnología que podría ser aplicada al diseño digital y que no ha sido explicada en las clases. Se realizará una exposición pública en clase. Puntúa como un 20 % de las actividades académicas dirigidas.

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%

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.

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 y proyectos escritos, así como en los 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

- Fundación Telefónica. (2019). *Sociedad Digital en España 2018*. Madrid: Fundación Telefónica (digital). Accesible en: https://www.fundaciontelefonica.com/arte_cultura/publicaciones-listado/pagina-item-publicaciones/itempubli/655/
- 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-Economia-de-los-Datos-Ontiveros.pdf>
- Pariser, E. (2017). *El filtro burbuja: Cómo la web decide lo que leemos y lo que pensamos*. Madrid: Taurus.
- 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. Accesible en: https://www.fundaciontelefonica.com/arte_cultura/publicaciones-listado/pagina-item-publicaciones/itempubli/550/

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 reimpression 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/disenyo-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>
- Interactive Advertising Bureau IAB. Libros Blancos: <http://www.iabspain.net/libros-blancos>
- LAB RTVE <http://www.rtve.es/lab/>
- PR Noticias <http://prnoticias.com/>
- Revista Control: <http://www.controlpublicidad.com/>
- Suplemento de tecnología La Nación <http://www.lanacion.com.ar/tecnologia-t47502>
- Suplemento de tecnología El País <https://elpais.com/tecnologia/>
- Suplemento de tecnología ABC <http://www.abc.es/tecnologia/>
- Verteles <http://www.vertele.com/>

5. DATOS DEL PROFESOR

Nombre y Apellidos	María Josefa Establés
Departamento	Comunicación

Titulación académica	Licenciada en Comunicación Audiovisual
Área de especialización	Comunicación
Correo electrónico	mestables@nebrija.es
Localización	Campus de Princesa. Sala de Profesores
Tutoría	Contactar con el profesor previa petición de hora por e-mail
Experiencia docente, investigadora y/o profesional, así como investigación del profesor aplicada a la asignatura, y/o proyectos profesionales de aplicación.	<p>María Josefa Establés es profesora de <i>Teoría de la Comunicación, Historia de los Medios de Comunicación</i> y de <i>Nuevas Tecnologías y Sociedad de la Información</i> en la Universidad Nebrija desde 2019. Es licenciada en Comunicación Audiovisual (Universidad Complutense de Madrid - UCM), egresada del máster universitario en Investigación en Periodismo, Discurso y Comunicación (UCM) y del máster universitario en Comunicación y Aprendizaje en la Sociedad Digital (Universidad de Alcalá - UAH). Asimismo, está finalizando su tesis doctoral sobre los procesos de profesionalización de los fans dentro del programa de doctorado en Comunicación de la Universitat Pompeu Fabra - UPF.</p> <p>En los últimos años, ha impartido docencia en diversas asignaturas de los grados de Periodismo y Publicidad y Relaciones Públicas de la Universitat Pompeu Fabra, así como en el de Comunicación Audiovisual de la Universidad de Alcalá y en las titulaciones de Comunicación y Estudios Ingleses de la Bournemouth University (Reino Unido).</p> <p>Antes de dedicarse a su faceta académica e investigadora, ha trabajado como periodista para los periódicos de Guadalajara “Nueva Alcarria” y “El Día de Guadalajara”, así como productora ayudante en la televisión regional pública “Castilla-La Mancha Televisión”. De hecho, sigue vinculada al ámbito profesional, realizando diversas colaboraciones en medios de comunicación y siendo desde hace cinco años es la vicepresidenta de la Asociación de la Prensa de Guadalajara.</p> <p>Sus áreas de investigación se centran en la educación transmedia y las comunidades de fans, con especial interés en la creación de contenidos con fines sociales, económicos, educativos y políticos. Además, ha publicado artículos de investigación sobre aprendizaje digital y videojuegos, narrativa transmedia, series de televisión y periodismo.</p> <p>Asimismo, ha sido investigadora visitante en las universidades de Jyväskylä (Finlandia), Bournemouth (Reino Unido) y Complutense de Madrid.</p> <p>Sus últimas publicaciones académicas destacadas son:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Establés, M. J., Guerrero-Pico, M., & Contreras-Espinosa, R. S. (2019). Gamers, writers and social media influencers: professionalisation processes among teenagers. <i>Revista Latina de Comunicación Social</i>, (74), 214-236. - Masanet, M-J., Guerrero-Pico, M. & Establés, M-J. (2019). From digital native to digital apprentice. A case study of the transmedia skills and informal learning strategies of adolescents in Spain. <i>Learning, Media and Technology</i>, DOI: 10.1080/17439884.2019.1641513 - Establés, M.-J. (2019). Estrategias y procesos de creación: aprendiendo de las comunidades de fans. En Cordón-García

	<p>JA, Scolari CA & Escandell-Montiel D (Eds). <i>Lectoescritura digital</i>. Madrid: Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, Centro de Investigación y Documentación Educativa.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Scolari, C.A., Guerrero-Pico M & Establés. M. J. (2018). Spain: Emergences, Strategies and Limitations of Spanish Transmedia Production. En Freeman, M. & Proctor, W. (Eds.) <i>Global Convergence Cultures: Transmedia Earth</i> (1.^a ed.). Londres, Routledge. - Scolari, C. A., Masanet, M.-J., Guerrero-Pico, M., & Establés, M.-J. (2018). Transmedia literacy in the new media ecology: Teens' transmedia skills and informal learning strategies. <i>El Profesional de la Información</i>, 27(4), 801. https://doi.org/10.3145/epi.2018.jul.09 - Establés, M. J., & Guerrero Pico, M. (2017). Los fans como traductores y distribuidores de contenido en el ecosistema transmedia: promocionando series de televisión españolas en el extranjero. En Torrado Morales S, Ródenas Cantero G, Ferreras Rodríguez JG (Eds.). <i>Territorios transmedia y narrativas audiovisuales</i>. [Barcelona]: Editorial UOC. - Scolari, C. A., & Establés, M. J. (2017). El ministerio transmedia: expansiones narrativas y culturas participativas. <i>Palabra clave</i>. 2017; 20 (4): 1008-41.
--	---