



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

Grado en Periodismo
2024-25



UNIVERSIDAD
NEBRIJA

GUÍA DOCENTE

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

Titulación: Grado en Periodismo

Curso Académico: 2024-25

Carácter: Básico

Idioma: Español/inglés

Modalidad: Presencial.

Créditos: 6

Curso: 1º

Semestre: 2º

Profesores/Equipo Docente: Dr. D. Fernando Bonete Vizcaino

1. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DEL 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.
- Conocer y comprender los conceptos básicos del ámbito de la Comunicación, Empresa, Derecho, Informática, Historia, Economía, Sociología e Idioma moderno como materias que influyen e interactúan con la actividad de la Comunicación.
- Manejar correctamente las nuevas tecnologías de la comunicación.
- Demostrar el correcto uso del lenguaje oral y escrito en la lengua española.

1.2. Resultados de aprendizaje

Conocer las diferentes tecnologías y sus diversas aplicaciones en la sociedad. Aprender los conceptos y los efectos de la transformación digital.

2. CONTENIDOS

2.1 Requisitos previos

Ninguno.

2.2 Breve 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

La asignatura analiza una sociedad dependiente de la tecnología, por esta razón lo que se abordará es el impacto del cambio tecnológico en la misma y, en concreto, de determinadas tecnologías que causan un impacto propio en las dinámicas sociales, siempre con el foco en el mundo de la comunicación. De una manera eminentemente práctica, convertirse en el primer paso para que los periodistas en ciernes conozcan y descubran todo lo que la nuevas tecnologías les puede ofrecer. Todo ello sin perder el verdadero objetivo de esta carrera, formar al estudiante en el trabajo de contar la realidad a las personas de una manera honrada, justa y veraz.

La importancia de las Nuevas tecnologías en el desarrollo de la profesión periodística es enorme. Nuestra actividad se desarrolla en Red. Pero no siempre fue así. La sociedad, y con ella, la profesión periodística ha ido cambiando, mutando y adaptándose a esos cambios sociales provocados por el desarrollo e implantación de la tecnología.

Esta asignatura pretende analizar las transformaciones que el impacto de las Tecnologías de la Información ha tenido, tiene y tendrá, en los procesos de trabajo periodísticos. Nuevas formas y nuevas modalidades de información y de comunicación que inciden en las técnicas de trabajo de los periodistas y de los comunicadores. El cambio es tan grande, que ninguna redacción, sin importar el medio o el soporte, se parece en nada a lo que eran hace 10 años, 30 o 50 años. Como tampoco lo harán dentro de una, dos o tres décadas.

El alumno aprenderá conceptos, terminología, conocimientos y capacidades propias de las Tecnologías de la Información para que, al final del semestre sea capaz de entender el mundo

presente y por lo tanto, sea capaz de ser protagonista del tiempo futuro. Además adquirirá las herramientas necesarias tanto teóricas como prácticas para que su desarrollo, tanto profesional como personal, no se vea impactado negativamente por desconocer o no entender los avances tecnológicos de la sociedad del siglo XXI.

Del mismo modo realizará ejercicios prácticos que le iniciarán en el desarrollo de la aplicación de las Nuevas Tecnologías y las nuevas narrativas digitales a enfoques e historias periodísticas.

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

- Introducción a la asignatura, dinámicas y explicación de los trabajos a realizar.
- La tecnología y su contexto sociocultural. El cambio social y la tecnología . Etapas de la tecnología: el paso de la industrial a la digital.
- Evolución histórica de la comunicación y de los medios de comunicación de masas.
- ¿Qué es la sociedad de la información? ¿Brecha digital en una sociedad conectada?
- Historia del desarrollo tecnológico.
- Modelos de producción y desarrollo
- Big Data: influencia social del algoritmo

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

- Un mundo en red. El 5G y su revolución.
- Distribución de la información. Big data.
- La brecha digital. Caso de España y situación global
- Vida digital. El nuevo lector y nuevos usuarios.
- La multipantalla y la omnicanalidad
- ¿Las máquinas tienen derecho a dudar? ¿Aprender? Las máquinas aprenden: *Machine learning* y *Deep learning*
- Web semántica. Comunidades virtuales.

3. Tecnologías en la sociedad de la información.

- Conceptos básicos de tecnologías de la información y la comunicación
- Formatos y soportes.
- Internet y Redes sociales
- Comunicación en red, convergencia digital y transparencia: pros y contras.

4. Sociedad en Red

- Retos para una sociedad desarrollada tecnológicamente
- Cambios sociales. Globalización y mundo líquido
- La ética digital
- La hiperrealidad y el metaverso

5. Los medios de comunicación en la sociedad de la información

- Sociedad en Red y la era de la información
- Nuevas formas de comunicación y su impacto social
- La revolución audiovisual
- Convergencia de medios
- El papel de los influencers.
- Creator economy y el efecto Ibai.
- Los curación de contenidos

6. Desinformación, seguridad y gestión de crisis

- La era de la post-verdad. Las *fake news*.
- El factchecking
- Redes, medios y opinion pública.

- El periodismo ciudadano.
- La desintermediación: problema u oportunidad.
- Ciberseguridad

2.4 Actividades Dirigidas

Durante el curso se deberán desarrollar algunas de estas actividades, prácticas, memorias o proyectos; también otras de objetivos o naturaleza similares. Las actividades académicas dirigidas, que supondrán un 25% de la evaluación final, consistirán en:

- **Actividad Dirigida (AD1):** A través de diversos trabajos individuales y grupales que los alumnos desarrollarán durante las prácticas, la clase aplicará las nuevas narrativas desarrolladas a través de diversas redes sociales a determinados temas periodísticos vistos en clase. Para su realización se analizarán las diferentes posibilidades tecnológicas que estas herramientas ponen a disposición del usuario para optimizar su eficacia. La actividad puntúa con un 50% de las actividades académicas dirigidas.
- **Actividad Dirigida (AD2):** Trabajo grupal e individual según los casos. Los alumnos explorarán diversas herramientas relacionadas con la gamificación o la curación de contenidos aplicadas a diversos géneros periodísticos tradicionales. Tras presentar dichos trabajos se analizará críticamente a través de una breve memoria el efecto de dicha tecnología en el periodismo teniendo en cuenta la experiencia personal de los alumnos (esta actividad puntúa con un 50 % de las actividades académicas dirigidas).

2.5. Actividades formativas

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

3. SISTEMA DE EVALUACIÓN

3.1 Sistema de calificaciones

El sistema de calificaciones finales se expresará numéricamente (R.D. 1125/2003, de 5 de septiembre) 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

Código	Sistemas de evaluación	Porcentaje
SE1	Asistencia y participación en clase	10%
SE2	Prueba parcial	15%
SE3	Actividades académicas dirigidas	25%
SE4	Prueba final presencial	50%

Convocatoria extraordinaria

Modalidad: **Presencial**

Código	Sistemas de evaluación	Porcentaje
SE1	Asistencia y participación en clase	10%
SE3	Actividades académicas dirigidas	25%
SE4	Prueba final presencial	65%

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 solicitar y evaluar 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 en convocatoria ordinaria.

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. Su uso no puede ser indiscriminado. El plagio, que debe demostrarse, 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. (2020). [*Sociedad Digital en España 2020-21*](#). Madrid: Fundación Telefónica (digital).
- 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.
- Scolari C.A (2019) Media evolution; sobre el origen de las especies mediáticas. Barcelona: La Marca Editora.
- Sibilia (P) Vida Digital De Los Medios Y La Comunicación, La: Ensayos Sobre Las Audiencias, El Contenido Y Los Negocios En Internet. Madrid: Ensayos Gránica.
- Vegara, M. y Huidobro, J.M. (2016) *Las tecnologías que cambiaron la historia*. Madrid: Fundación Telefónica.

Bibliografía recomendada

- Anderson, C. (2007). *La economía long tail*. Madrid: Tendencias.
- Cagé, J. (2015). *Salvar los medios de comunicación*. Barcelona: Anagrama.
- Del Rivero, M (2017) *Smart Cities: una visión para el ciudadano*. Madrid. Editorial LID.
- Diezhandino Nieto, P. (1994): *Periodismo de servicio*. Barcelona, Editorial S.A. BOSCH
- Domingo, C. (2013) *El viaje de la innovación*. Barcelona: Gestión 2000, Grupo Planeta.
- Cerezo, P. (2014). «Customer media: el usuario es el Rey». Evoca Imagen. ([pdf](#))
- Cerezo, P. (2017). «Los medios ante la transformación programática». Evoca Imagen.([pdf](#))
- Cerezo, P. (2018). *Los medios líquidos. La transformación de los modelos de negocio*. Barcelona: Editorial UOC.
- Cerezo, P. (2019). *Los medios ante los modelos de suscripción*. Barcelona: Editorial UOC.
- Christensen, C. (1997). *El dilema de los innovadores. Cuando las nuevas tecnologías pueden hacer fracasar a las grandes empresas*. Ediciones Granica.
- 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.
- Lipovetsky, G.; Serroy, J. (2015). *La estatización del mundo: vivir en la época del capitalismo artístico*. Barcelona: Anagrama.

- 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.
- Nafria, I. (2017). *La reinención del New York Times*. Austin (Texas): Knight Foundation.
- 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.
- O'Reilly, T. (2005). «[What Is Web 2.0](#)». Evoca Imagen.
- Rifkin, J. (1999). *La era del acceso: la revolución de la nueva economía*. Barcelona: Paidós.
- Rueda, J.C; Galán, E.; Rubio, A.L (2014). *Historia de los medios de comunicación*, primera reimpresión 2015, Madrid: Alianza Editorial.
- Sartori, G. (1998) *Homo videns. La sociedad teledirigida*. Barcelona. Taurus.
 - Schimdt y Rosemberg. (2015) *Cómo trabaja Google*. Madrid: Aguilar.
 - Senor D. (2014) *Start up Nation*. Madrid: Autor Editor.
- Simon, H. A. (1971). «Designing organizations for an information-rich world» [en línea]. Disponible [online](#):
- Sotelo González, Joaquín; Martínez Ares Santiago (2020) *Periodismo y nuevos medios: perspectivas y retos*, Madrid: Gedisa.
- 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

- Podcast, ¿la nueva radio? [Youtube](#). Universidad Jaume I Castelló
- <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/>
- Blog de Carlos Scolari <https://hipermediaciones.com/>
- Blog de Enrique Dans <https://www.enriquedans.com/>
- El Periódico de la Publicidad/tendencias: <http://www.lapublicidad.net/disenio-y-tendencias/>
- 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/>
- Laboratorio de periodismo <https://laboratoriodeperiodismo.org/>
- 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/>

5. DATOS DEL PROFESOR

Nombre y Apellidos	Dr. D. Fernando Bonete Vizcaíno
Departamento	Comunicación
Titulación académica	<ul style="list-style-type: none"> - Profesor contratado doctor (ANECA) - Doctor en Comunicación Social - Graduado en Humanidades. - Graduado en Periodismo. - Máster Universitario en Formación para Profesorado. - Título de Experto Universitario en Gestión y Desarrollo de Aplicaciones Web.
Correo electrónico	fbonete@nebrija.es
Localización	Campus de Comunicación y Artes en Madrid-San Francisco de Sales
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>Fernando Bonete es doctor en Comunicación Social y profesor contratado doctor (ANECA). Ejerce la docencia como profesor titular y director del Grado en Comunicación Corporativa de la Universidad Nebrija. En redes sociales es uno de los divulgadores digitales más importantes de España. Su cuenta de Instagram @en_bookle reúne a más de 400.000 personas en torno a la cultura y la literatura. Además, es colaborador habitual de diversos medios de comunicación. Su trabajo ha sido reconocido con el Premio EDE Literatura 2022 y el Premio Lolo de Periodismo 2023. Es autor de los libros "Cultura de la cancelación. No hables, no preguntes, no pienses" (Ciudadela); "La guerra imaginaria. Desmontando el mito de la inteligencia artificial con Asimov" (Siglo XXI); y "Malas lenguas. 100 anécdotas de escritores de casi todos los tiempos" (Ediciones B). Como investigador, ha publicado decenas de investigaciones en revistas científicas y libros de alcance nacional e internacional. Actualmente es miembro del proyecto de investigación "Politainment ante la fragmentación mediática: desintermediación, engagement y polarización" (PID2020-114193RB-I00) financiado por el Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades, y de los grupos de investigación Innovación en Comunicación y Medios (INNOMEDIA) de la Universidad Nebrija e Investigación en Comunicación a través de la Imagen y el Diseño (ICOIDI) de la Universidad CEU San Pablo. También ha formado parte de proyectos de investigación para instituciones y medios de comunicación como el Observatorio Digital de Medios de la Comisión Europea, Atresmedia Corporación, RTVE, ZDF, France24 y Santander Universities.</p>